

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ «КИЇВСЬКИЙ
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови

«На правах рукопису» УДК
811.112.2'373

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри
_____ Лисенко Г.Л.
« ____ » _____ 20__ р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИСЕРТАЦІЯ

**на здобуття ступеня магістра зі спеціальності 035 « Філологія» на тему:
«Структурно-семантичний аспект фразеологізмів з ономастичним
компонентом у сучасній німецькій мові»**

Виконала: студентка 2 курсу ОС «Магістр» групи ЛН-81мп
Надточій Катерина Андріївна _____

Науковий керівник:
професор кафедри ТППНМ, канд. філол. наук, доцент Лисенко Г.Л. _____
Рецензент:

(ПІБ)

(Підпис)

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з
праць інших авторів без
відповідних посилань
Студентка Надточій К. А.

Київ 2019

**Національний технічний університет України «Київський політехнічний
інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет лінгвістики
Кафедра теорії, практики та перекладу німецької мови**

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність (спеціалізація) – 035 Філологія (035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри Лисенко Г.Л.
«___» _____ 20__ р.

**ЗАВДАННЯ
на магістерську дисертацію студента**

Надточій Катерині Андріївні

1. Тема дисертації «Структурно-семантичний аспект фразеологізмів з ономастичним компонентом у сучасній німецькій мові», науковий керівник дисертації: Лисенко Гелена Людвігівна, проф. каф. теорії, практики та перекладу німецької мови, д. філол. н., доц., затверджені наказом по університету від _____.
2. Термін подання студентом дисертації: 2 грудня 2019 р.
3. Об'єкт дослідження: німецькі фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом.
4. Предмет дослідження: структура та семантика фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом.
5. Перелік завдань, які потрібно розробити:
 - 1) надати загальну характеристику фразеологізмів у німецькій мові та їх класифікацію;
 - 2) розглянути ономастикон як складову лексико-семантичної системи німецької мови;

- 3) дослідити види фразеологізмів з ономастичним компонентом;
- 4) проаналізувати особливості структури фразеологізмів з ономастичним компонентом;
- 5) визначити семантику фразеологізмів з ономастичним компонентом.

6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: 360 фразеологізмів з ономастичним компонентом взятих з сучасної публіцистики та словників фразеологізмів (наприклад: журнали «Neue Zeiten», «Spiegel», онлайн-словника «The ultimate glossary of German idioms and their English translations», а також із німецьких електронних газет «Zeit Online» «Westdeutsche Allgemeine Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung».

7. Орієнтовний перелік публікацій: тези на одній конференції та стаття у фаховому науковому журналі.

8. Дата видачі завдання: 01 жовтня 2018 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	Обґрунтування теоретичних передумов дослідження	до 20.12.2018	вик.
2.	Формування програми й методики дослідження	до 20.05.2019	вик.
3.	Аналіз досліджуваного матеріалу та виклад і оформлення результатів дослідження	до 02.12.2019	вик.

Студентка

К.А. Надточій

Науковий керівник дисертації

Г.Л. Лисенко

РЕФЕРАТ

Магістерська дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел, який налічує 105 джерел, 7 додатків. Загальний обсяг роботи – 136 сторінок.

У зв'язку з збільшенням інтересу у людей до своєї історії, культури, звичаїв та традицій, серед лінгвістів все більшої популярності для вивчення набуває тематика фразеологізмів з ономастичним компонентом. І це не дивно, адже саме вони розкривають самобутність свого народу, їх історію та традиції. Тема даної магістерської дисертації охоплює характеристику фразеологізмів з ономастичним компонентом, аналіз їх структуру та семантику, та частотність вживання в сучасній лінгвістиці.

Актуальність даного дослідження зумовлена багатоплановістю фразеологічних одиниць (далі ФО) з ономастичним компонентом, відсутністю єдиного погляду на ряд важливих питань фразеології та ономастики, а також помітним поживанням інтересу дослідників до закономірності функціонування мовної системи, дослідження функцій мови та мовних одиниць.

Об'єктом дослідження слугують німецькі фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом, а **предметом** – структура та семантика ФО з ономастичним компонентом.

Мета даної дисертації полягає у здійсненні комплексного аналізу онімів як однієї з підсистем фразеологічної системи німецької мови та аналізу її структури та семантики.

Для досягнення даної мети було поставлено ряд завдань, які були виконані за допомогою наступних методів дослідження: методу дедукції та описового, дескриптивного методів, методу класифікації та опису, методу системного та цілісного підходу до вивчення досліджуваного явища, також були використані методи контекстологічного аналізу та суцільної вибірки.

Наукова новизна полягає у комплексному дослідженні фразеологізмів з ономастичним компонентом, їх структури та вживання у сучасній німецькій мові.

Вперше виявлено власний розподіл ФО з ономастичним компонентом, особливості їх структури та частоти вживання.

Саме антропоніми, топоніми, хроніми та ергоніми є **матеріалом дослідження**, які було обрано шляхом суцільної вибірки з лексико- і фразеографічних джерел, словників крилатих висловів та німецької публіцистики (наприклад: журнали «Neue Zeiten», «Spiegel», онлайн-словника «The ultimate glossary of German idioms and their English translations», довідника «Tatsachen über Deutschland» (Tatsachen über Deutschland, 2018), а також із німецьких електронних газет «Zeit Online» (Zeit Online, 2019), «Westdeutsche Allgemeine Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Bild» .

Ця магістерська дисертація у подальшому може використовуватися студентами для написання рефератів, статей та курсових робіт, а також слугувати матеріалом для лекцій зі стилістики та лексикології. У цьому і полягає її практичне значення.

Публікації. Основні положення магістерського дослідження висвітлено у науковій статті, яка була опублікована в журналі «Молодий вчений» №6 (70), включеному до міжнародних наукометричних баз, та одних тезах доповіді, які були надруковані в травні 2019 року в електронному виданні XXX International Scientific and Practical Conference.

Апробація та впровадження результатів дослідження. Дисертація була предметом обговорення на засіданнях кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» протягом 2018-2019 років. Основні теоретичні і методологічні результати дослідження обговорювалися на XXX International Scientific and Practical Conference.

Ключові слова: фразеологізми з ономастичним компонентом, ономастикон, антропоніми, топоніми, хроніми, ергоніми.

ABSTRACT

The master's dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusions to each chapter, general conclusions, a list of references, that includes 105 points and 7 applications. The paper amounts to 136 pages.

In connection with the increasing interest of people to their history, culture, customs and traditions, among linguists, the topic of phraseological units with an onomastic component becomes increasingly popular for studying. And this is not surprising, because they reveal the identity of their people, their history and traditions. The topic of this master's dissertation peel back the characteristics of phraseological units with onomastic component, analysis of their structure and semantics, and frequency of use in modern linguistics.

The **topicality** of this study isspecified due to the multiplicity of phraseological units with an onomastic component, the lack of a unified view of a number of important issues of phraseology and onomastics, as well as a marked revival of researchers' interest in the regularity of the functioning of the language system, the study of the functions of language and linguistic units.

The **object** of the study is the German phraseological units with an onomastic component. The **subject** is the structure and semantics of FO with an onomastic component.

The **aim** of this dissertation is to make a comprehensive analysis of the onyms as one of the subsystems of the phraseological system of the German language and the analysis of its structure and semantics.

To achieve this goal, a number of tasks were set, which were performed using the following **research methods**: the method of deduction and descriptive method, the method of classification and description, the method of a systematic and holistic approach to the study of the phenomenon under study, the methods of contextual analysis and continuous sampling were also used.

The originality of research lies in a comprehensive description of phraseological units with an onomastic component, their structure and use in modern German

language. It was found our composition of phraseological units with an onomastic component, the features of their structure and frequency of use.

It is anthroponyms, toponyms, chrononyms and ergonyms that are the **material** of this research. They were selected by continuous sampling method from lexical and phraseographic sources, dictionaries of catch phrases and German journalism (for example: magazines "Neue Zeiten", "Spiegel", online dictionary "The ultimate glossary of German idioms and their English translations", handbook "Tatsachen über Deutschland" (Tatsachen über Deutschland, 2018), as well as from German electronic Newspapers "Zeit Online" (2019), "Westdeutsche Allgemeine Zeitung", "Frankfurter Allgemeine Zeitung" and "Bild".

This master's dissertation in the future can be used by students to write essays, articles and even coursework. It can also serve as a material for lectures on stylistics and lexicology. This is **practical value** of this research.

Publications. On the basis of this work, an article was written, which was published in the journal "Young scientist" No. 6 (70), and abstracts, which were published in may 2019 in the electronic edition of the XXX International Scientific and Practical Conference. The main theoretical and methodological results of the study were discussed at the XXX International Scientific and Practical Conference.

Key words: phraseological units with onomastic component, onomasticon, anthroponyms, toponyms, chrononyms, ergonyms.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 1 Теоретико-методологічні засади дослідження фразеологічного ономастикону у сучасній германістиці.....	15
1.1 Класифікація фразеологічних одиниць у сучасній німецькій мові	15
1.1.1 Лінгвістичні особливості фразеологізмів	17
1.1.2 Класифікація фразеологізмів німецької мови.....	18
1.2 Ономастикон як складова лексико-семантичної системи німецької мови	24
1.3 Різні види ономастичної лексики	32
1.4 Лексико-фразеологічний склад та його взаємодія з ономастикомом	39
ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ	48
РОЗДІЛ 2 Особливості функціонування фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом у сучасній німецькій мові.....	50
2.1 Лінгвокогнітивний та етнолінгвістичний аспекти дослідження фразеологізмів з ономастичним компонентом на матеріалі публіцистики та сучасних фразеологічних словників німецької мови.	50
2.2 Семантична структура фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом	54
2.2.1 Фразеологічні одиниці з антропонімічним компонентом.....	55
2.2.2 Топоніми у складі фразеологічних одиниць.....	63
2.2.3 Фразеологічні одиниці з агіонімами та хрононімами	66
2.2.3 Ергоніми у складі фразеологічних одиниць.	71
ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ	76
РОЗДІЛ 3 Структурно-семантичний аспект фразеологізмів з ономастичним компонентом.....	78

3.1 Особливості структури фразеологізмів з ономастичним компонентом.....	78
3.2 Семантика фразеологізмів з ономастичним компонентом	81
ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ	91
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99
ДОДАТКИ.....	114

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

АК – антропонімічний компонент

Бібл. – біблеїзм

Досл. – дослівно

Евф. – евфемізм

Жарт. – жартівливий вираз

Заст. – застарілий вираз

Ірон. – іронічний вираз

МКС – мовна картина світу

ОК – ономастичний компонент

Перен. – переносне значення

Пор. – порівняймо

Прик. – приказка

Розм. – розмовний вираз

ТК – топонімічний компонент

Фам. – фамільярний вираз

ФО – фразеологічна одиниця

ФООК – фразеологічна одиниця з ономастичним компонентом

ВСТУП

Динамічний характер сучасного лінгвістичного пошуку спирається на комплексний, системний підхід до чітко визначеного об'єкта дослідження. Такий аналіз дає змогу сформулювати загальні тенденції, що характеризують розвиток певного явища, і визначити домінантні з них. Так, наукове тлумачення власних назв піддавалося науковій інтерпретації багатьма дослідниками, зокрема лінгвістами, літературознавцями, філософами, соціологами та ін. Кожен із авторів брав до уваги дотичний до його науки аспект. Мовознавчий розгляд цієї проблематики пов'язаний із визначенням особливостей і функцій онімів на структурному і семантичному рівнях, що формує основні положення у галузі теоретичної і практичної ономастики.

Оніми, окрім того, можуть вступати у якості компонентів інших мовних засобів, таких як фразеологізми. З усіх творінь мовного генію людини фразеологія – найбільш складне та самобутнє явище. Фразеологічний склад мови достатньо жваво реагує на розвиток суспільства, досить специфічний в кожному епосі, в кожній країні та у кожного народу [40, с. 2].

Дане дослідження зумовлене загальною спрямованістю сучасних лінгвістичних студій на виявлення та аналіз мовних явищ, пов'язаних з культурою, специфічним національним світосприйняттям, і визначається потребою комплексного аналізу фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом у сучасній німецькій мові.

Тематика даного дослідження є досить **актуальною**. Насамперед, актуальність зумовлена загальною спрямованістю сучасної лінгвістики на виявлення та аналіз мовних явищ, пов'язаних з культурою, етносом, народною ментальністю в тісному зв'язку з людиною, її свідомістю, мисленням, духовно-практичною діяльністю, а також помітним пожвавленням інтересу дослідників до закономірності функціонування мовної системи, дослідження функцій мови та мовних одиниць. Багатоплановість об'єкта дослідження, відсутність єдиного

погляду на ряд важливих питань фразеології та ономастики зумовлюють надзвичайну актуальність даної теми.

Ступінь розробленості проблеми у науковій літературі. До аналізу та досліджень тематики даного дослідження залучалася сила силенна видатних зарубіжних та вітчизняних вчених таких, як Л.М. Архангельський, С.Б. Берлізон, Л.А. Булаховський, В.В. Виноградов, В.С. Жуков, В.М. Кам'янець, О.Ф. Кудіна, П. Мюлднер - Нецковський, Р.І. Охштат, Л. Сміт, Н.А. Щербань, Ю.А. Фірсова, В. Фляйшер, Cs Földes та багато інших. Однак, незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених питанням ономастичної фразеології, ці проблеми остаточно ще не розв'язані. Отже, ономастикон, як складова лексико - семантичної системи мови і як елемент «мовної картини світу», тобто представлення предметів, явищ, цілісних орієнтирів в мовних знаках (онімах), що є семіотичним результатом концептуальних репрезентацій дійсності в етносвідомості, ще не був предметом наукового дослідження в українській германістиці.

Об'єктом дослідження є німецькі фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом.

Предмет дослідження – семантика, структура фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом.

Основна **мета** даної роботи полягає у комплексному аналізі фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом як однієї з підсистем фразеологічної системи німецької мови та аналіз її структури та семантики.

Для досягнення поставленої мети дослідження необхідно виконати ряд **завдань**, які наведені нижче:

- 1) надати загальну характеристику фразеологізмів у німецькій мові та їх класифікацію;
- 2) розглянути ономастикон як складову лексико-семантичної системи німецької мови;

- 3) дослідити види фразеологізмів з ономастичним компонентом;
- 4) проаналізувати особливості структури фразеологізмів з ономастичним компонентом;
- 5) визначити семантику фразеологізмів з ономастичним компонентом.

Методи дослідження. За допомогою *методу дедукції та описового методу* було розглянуто та наведено різні класифікації ФО. Ономастикон як складову системи німецької мови було досліджено за допомогою *дескриптивного методу*. Фразеологізми з ономастичним компонентом були проаналізовані за допомогою *методів класифікації та опису*. За допомогою *принципу системного та цілісного підходу* до вивчення досліджуваного явища було досліджено особливості структури ФООК. Семантика ФО з ономастичним компонентом була визначена за допомогою *контекстологічного аналізу*. 368 онімів для дослідження були обрані з німецьких газет та журналів, а також словників крилатих висловів за допомогою *методу суцільної вибірки*.

Матеріал дослідження складають фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом, для яких основою слугують антропоніми (власні імена, прізвища та прізвиська), топоніми (хороніми – власні назви територій, гідроніми – назви водних об'єктів, ороніми – назви гір, астроніми – назви небесних тіл, астіоніми – назви міст), хрононіми – власні назви часових відрізків, агіоніми – імена святих та ергоніми – назви підприємств, закладів громадського харчування, кавярень, банків та державних устнов. Одиниці виокремлені шляхом суцільної вибірки з лексико- і фразеографічних джерел, словників крилатих висловів та німецької публіцистики (наприклад: журнали «Neue Zeiten», «Spiegel», онлайн-словника «The ultimate glossary of German idioms and their English translations», довідника «Tatsachen über Deutschland» (Tatsachen über Deutschland, 2018), а також із німецьких електронних газет «Zeit Online» («Zeit Online», 2019), «Westdeutsche Allgemeine Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung» та «Bild».

Наукова новизна полягає у комплексному дослідженні фразеологізмів з ономастичним компонентом, їх структури та вживання у сучасній німецькій мові. Вперше виявлено власний розподіл ФО з ономастичним компонентом, особливості їх структури та частоти вживання.

Практичне значення отриманих результатів полягає вширокому використанні даної роботи для доповідей, рефератів, наукових робіт студентами ВНЗ. Також у можливості використання результатів даної роботи в курсах лекцій зі стилістики та лексикології, на заняттях з практики усного та писемного мовлення німецької мови.

Апробація та впровадження результатів дослідження. Дисертація була предметом обговорення на засіданнях кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» протягом 2018-2019 років. Основні теоретичні і методологічні результати дослідження обговорювалися на XXX International Scientific and Practical Conference.

Публікації. Основні положення магістерського дослідження висвітлено у науковій статті, яка була опублікована в журналі «Молодий вчений» №6 (70), включеному до міжнародних наукометричних баз, та одних тезах доповіді, які були надруковані в травні 2019 року в електронному виданні XXX International Scientific and Practical Conference.

Структура та обсяг роботи. Дипломна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел (105 джерел, у тому числі 21 - іноземною мовою), 7 додатків на 23 сторінках. Додатки містять схеми, таблиці та перелік використаних фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом. Загальний обсяг дисертації – 136 сторінок. Основний текст викладено на 101 сторінці, список використаної літератури – 12 сторінок.

РОЗДІЛ 1 Теоретико-методологічні засади дослідження фразеологічного ономастикону у сучасній германістиці

1.1 Класифікація фразеологічних одиниць у сучасній німецькій мові

Фразеологія як один із розділів лексикології займається вивченням усталених мовних зворотів, а об'єктом вивчення фразеології як розділу мовознавства є структура, семантика, походження та взаємозв'язок і взаємодія стійких висловів з іншими мовними одиницями [2, с. 11]. Відповідно до визначення В. В. Виноградова, фразеологізми – це стійкі поєднання слів, аналогічні словам за своєю відтворюваністю у якості готових і цілісних значущих одиниць [16, с. 8-9].

Однією з основних особливостей фразеологічних одиниць, яка відрізняє їх від вільних словосполучень, є ідіоматичність, яка зумовлює той факт, що загальне значення фразеологізму не дорівнює сумарному значенню його компонентів. Часто це значення взагалі не має нічого спільного із значеннями слів, які входять до нього, наприклад: *wie ein begossener Pudel* – жалюгідно виглядати; *im Blei sein* – бути в порядку.

В цілому, на сьогодні склалося декілька підходів до трактування поняття усталених виразів та визначення їх складу. Одна група вчених відносить до фразеологізмів лише словосполучення з узагальнено-переносним значенням, яке не можна розкласти на частини [1; 26] (наприклад, в німецькій мові це такі вирази, як *tagträumen* – у значенні «бути неуважним», або *jn. von der Schwelle weisen* – у значенні «відмовити»).

Друга група вчених вважає фразеологічними одиницями будь-які словосполучення, відтворювані в готовому вигляді – навіть такі словесні штампи, як *herzlich Willkommen* або *Gesundheit!* (при чханні), *Damen und Herren* і т.п. Прихильниками такої «широкої» точки зору на фразеологічні одиниці є, наприклад, такі вітчизняні дослідники, як В.М. Мокієнко, О.С. Юрченко [45; 82].

Нарешті, третя група вчених відносить до фразеологічних одиниць також приказки, прислів'я, скоромовки, загадки, замовляння, крилаті вислови, афоризми та літературні цитати [7; 31]. Усі перелічені стійкі мікротексти зараз прийнято називати пареміями, вони є об'єктом вивчення спеціальної наукової галузі під назвою «пареміологія». Усі ці мовні феномени об'єднують з фразеологічними одиницями властиві їм ознаки відтворюваності, стійкості, культурної маркованості.

Під фразеологізмом А. Глотова розуміє «роздільнооформленість, значиму одиницю мови, для якої важливою є ідіоматичність значення і структурний зв'язок зі словом» [21, с. 121]. Відповідно до думки професора А.В. Куніна, фразеологізм визначається як стійке поєднання слів з повністю або частково переосмисленим значенням [36, с. 54]. Питання про сутність компонента ФО до сих пір є відкритим, оскільки серед вчених немає єдиної думки про природу компонента ФО.

За широкого трактування явища фразеологізму в національній мові до числа ФО можуть відносити ідіоми, порівняння, прислів'я, приказки, крилаті вислови, каламбури, професійні вислови, народнопоетичні включення, вислови термінологічного характеру [64, с. 78-79]. Якщо ж трактувати фразеологічний зміст мови у вузькому значенні, то розрізняють фразеологізми-ідіоми та фразеологічні сполучення [83, с. 560].

В основі даного дослідження лежить таке визначення фразеологічної одиниці: «нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, який своїм виникненням і функціонуванням зобов'язаний фраземотворчій заємодії одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів» [71, с. 770], засноване на більш вузькому підході до розуміння цього мовного явища.

Більш повно осягнути сутність фразеологізмів як невід'ємного елементу лексичного складу німецької мови допоможе аналіз їх характерних рис, які відрізняють їх від інших складових лексики німецької мови. Розглянемо ці особливості у подальшому ході дослідження.

1.1.1 Лінгвістичні особливості фразеологізмів

Хоча на сьогодні існує проблема єдиного трактування фразеологізму як складової лексики мови, ці мовні одиниці володіють набором яскраво виражених лінгвістичних особливостей, які вирізняють їх серед інших мовних засобів.

С.А. Рубльова вказує, що фразеологічне значення має ряд особливостей, що відрізняють його від лексичного – воно ідіоматичне (цілісне). Значення більшості фразеологізмів ускладнене різного роду емоційно-оціночними, експресивними (конотативними) компонентами. Характерною ознакою фразеологізму є роздільна оформленість плану його вираження. Усталеність – наступна диференційна ознака фразеологізму, вона передбачає відносну сталість його структури та компонентного складу [Ошибка! Источник ссылки не найден.61, с. 59-60].

Усталені вирази відіграють значну роль у рамках лексичного рівня стилістики німецької мови, як стійкі окремо оформлені, однак семантично цілісні сполучення слів із повністю або частково переосмисленим значенням. ФО заповнюють лакуни в лексичній системі мови, яка не може повністю забезпечити найменування нових сторін дійсності, і в багатьох випадках є єдиними позначеннями окремих предметів, властивостей, процесів, станів, ситуацій і т. д.

Фразеологія національної мови включає в себе надбання народу як її носія, що вбираються та зберігаються у пам'яті багатьох поколінь. Джерелами фразеології слугують приказки та прислів'я, афоризми, анекдоти, каламбури та парадокси, професіоналізми, мовні кліше та штампи, тобто практично всі лексичні шари національної мови від літературного високого стилю, до просторічної лексики та сленгу [4, с. 11-13].

У мові в більшості своїй закріплюються і фразеологізуються ті аспекти, які асоціюються з культурно-національними еталонами, стереотипами, міфологемами, і, в цілому, фразеологізми прямо (у денотаті) або опосередковано (через співвіднесеність асоціативно-образної основи з

еталонами, символами, стереотипами національної культури) несуть у собі культурну інформацію про світ, соціум і дану лінгвокультуру в цілому.

Загалом же, попри очевидність лінгвокультурологічної цінності фразеологічних виразів, їх типологія все ж залишається відкритим питанням, адже вчені так і не дійшли компромісу в окресленні принципів віднесення чи не віднесення мовних елементів до складу фразеології. Тож, актуальним залишається питання класифікації ФО.

1.1.2 Класифікація фразеологізмів німецької мови

Саме другий більш вузький та конкретизований підхід до розуміння фразеології став підставою для створення В. В. Виноградовим типології ФО (фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення) відповідно до різних ступенів складності у виведенні цілого значення фразеологізму зі значень його компонентів [17, с. 140-141].

Класифікація В.В. Виноградова була однією із перших класифікацій фразеологізмів, у якій дослідник розділив їх за семантичними групами та висунувши у якості одного з основних критеріїв такого розподілу поняття мотивованості / немотивованості ФО [17]. На підставі «ступеню і характеру семантичної спаяності лексичних компонентів ФО, тобто ступеню їх фразеологічної неподільності» [17, с. 140], вчений виділив три групи фразеологізмів:

- 1) фразеологічні зрощення,
- 2) фразеологічні єдності
- 3) фразеологічні сполучення.

Розглянемо ці групи фразеологізмів більш детально.

Фразеологічні зрощення – це «абсолютно неподільні словосполучення, значення яких абсолютно незалежне від їх лексичного складу, від значень

їх компонентів, і є таким же умовним та довільним, як і значення невмотивованого слова-знака» [17, с. 143]. Прикладами фразеологічних зрощень у німецькій мові можуть слугувати наступні вирази: *die goldene Zahl* (= *eine astronomische Hilfszahl*) – число Фібоначчі, *der schwarze Markt* (*geheimer, unerlaubter Markt*) – чорний ринок, *polnische Wirtschaft* – повний безлад, *Marathonverhandlungen* – затяжні переговори, *jemand ist nach Rom gereist* – народити дитину, *bei Petrus abklopfen* – померти, *in den Mond gucken/sehen* – лишитися ні з чим, піймати облазня. Фразеологічні зрощення з'явилися на базі переносних значень їх компонентів, які перестали бути зрозумілими в сучасній німецькій мові. Образність фразеологічних зрощень розкривається лише історично. А відтак, для фразеологічних зрощень переносне значення стало основним.

Фразеологічні зрощення володіють рядом характерних ознак, а саме:

- 1) вони можуть включати некротизми – слова, які ніде, окрім даного зрощення, не вживаються;
- 2) архаїзми також можуть входити до складу зрощень;
- 3) зрощення фразеологізмів синтаксично нероздільні;
- 4) в більшості випадків в них неможлива перестановка компонентів;
- 5) вони не мають у своєму складі додаткових слів.

Важливо наголосити на тому, що фразеологічні одиниці, що належать до даного типу, вживаються у реченні як єдиний член речення. Дана група фразеологічних одиниць не численна через те, що одинична сполучуваність одного з компонентів з переносним значенням не типова для німецької фразеології [79, с. 47].

Фразеологічні єдності – це «систематично неподільні цілісні звороти, образне значення яких мотивоване переносними значеннями їх лексичних компонентів» [17, с. 147]. Це означає, що, на відміну від зрощень, значення цих ФО є похідним та впливає з значення їх одиниць. Як правило, у фразеологічних єдностях спостерігається або метафоричне або метонімічне перенесення. Для

фразеологічних єдностей характерна двоплановість. В окремо взятих ізольованих від контексту таких зворотах не можна однозначно встановити їх семантику, тому що такі словосполучення можуть як вільні у прямому значенні і як фразеологічні в переносному, тобто вони є омонімічними. Прикладами фразеологічних єдностей можуть бути такі ФО німецької мови, як: *jm-dm. den Kopf waschen* – намилювати комусь шию (голову); *etwas Auf Eis legen* – «заморозити», не давати ходу; *etwas auf dem Kerbholz haben* – мати щось на совісті, *bis dahin läuft noch viele Wasser in die Elbe/ den Rhein/ die Spree* – прис. До того часу багато води втіче, *das ist Chinesisch für mich* – (розм..) це для мене китайська грамота.

Згодом подібна вмотивованість фразеологічної єдності може ослабнути, іноді навіть до повної її втрати. Даний процес відбувається у тих випадках, коли фразеологічна одиниця утворюється на основі переосмислення змінних словосполучень, які спочатку позначали конкретні звичаї німецького народу, але з часом вийшли з ужитку, наприклад: *den Stab über jm-dn. brechen* – винести комусь вирок (букв.: розламати над кимось палицю); *bei jm-dm. in der Kreide stehen* – бути чиймось боржником (букв.: бути у кого-небудь в боргу).

Слід відмітити, що хоча фразеологічні єдності є дещо наближеними до фразеологічних зрощень за своєю метафоричністю та образністю, все ж їх образний зміст розкривається лише діяхронічно, оскільки у фразеологічних єдностях образність та переносність трактуються уже з точки зору сучасної мови. В.В. Виноградов, говорячи про фразеологічні єдності зауважував, що образність була характерною ознакою лише цього типу ФО.

Серед фразеологічних єдностей можна виділити фразеологічні єдності з вираженими структурними властивостями. Серед таких фразеологічних єдностей є компаративні фразеологізми і парні поєднання слів. Компаративні фразеологічні одиниці – це стійкі та відтворювані поєднання слів, фразеологічна специфіка яких полягає у традиційному порівнянні [79, с.48]. Структурно-семантична особливість стійких зчеплень слів цього типу полягає у тому, що

характеристика властивості чи дії простежується через порівняльне підрядне речення, яке вводиться такими спільками як *wie* або *als*. Наприклад: *j-m. Fliehen wie die Pest* – бігти від кого-небудь як від чуми; *geschwätzig sein, schwatzen wie eine Elster* – бути балакучим, тріщати як сорока [86, с. 36-41].

Парними сполученнями слів називають фразеологізми з цілісним змістом, які виникають у результаті семантичного перетворення сурядних сполучень, що включають два однорідних слова і з'єднані за допомогою сполучників *und, oder, weder, noch* [79, с. 59]. Сміслова цілісність парних поєднань обумовлюється єдністю образу і віднесеністю до одного і того ж або близьких понять. Наприклад: *Ohne Dach und Fach sein; schalten und walten*. Семантична цілісність фразеологізмів даної групи підтримується фонетичними засобами, серед яких найбільш значущими є наголос, рима, наростання компонентів.

На відміну від фразеологічних зрощень, фразеологічні єдності не включають до свого складу слів, що є незрозумілими з точки зору сучасної мови. Іншими специфічними ознаками фразеологічних єдностей є:

- 1) яскрава образність та можливість збігу з паралельно існуючими словосполученнями, яка витікає із цього;
- 2) збереження семантики окремих компонентів;
- 3) неможливість заміни одних компонентів іншими;
- 4) вирішальна роль емоційно-експресивної забарвленості фразеологічної єдності;
- 5) здатність вступати в синонімічні відносини з окремими словами або іншими фразеологізмами [55, с. 41].

До третьої групи ФО, що виділяється В.В. Виноградовим, відносяться фразеологічні сполучення, які складаються з двох і більше знаменних слів, тільки одне з яких має зв'язне значення. Цілісне значення цих фразеологічних одиниць визначається

компонентами, які входять до їх складу. Отже, фразеологічні сполучення – звороти в яких самостійне значення кожного слово є абсолютно чітким, але один із компонентів має зв'язне значення. Особливістю фразеологізмів, що належать до даного типу, є допустимість часткового виведення або заміни їх компонентного складу. У такому випадку один з членів фразеологізму буде постійним, а інші змінними. Приклад: *eine treue Haut* (вірний друг) – *eine gemütliche Haut* (хороший хлопець).

На відміну від фразеологічних зрощень та фразеологічних єдностей, для яких характерним є цілісне нерозкладне значення, «фразеологічні сполучення характеризуються смисловою подільністю» [80, с. 75]. Цією особливістю фразеологічні сполучення є схожими з вільними словосполученнями. Іншими характерними ознаками фразеологічних сполучень є:

- 1) допустимість варіантності одного з компонентів;
- 2) можливість синонімічної заміни головного слова;
- 3) можливість включення означень;
- 4) допустимість перестановки компонентів;
- 5) обов'язковість вільного вживання одного компоненту та зв'язне вживання іншого [55, с. 45].

До цих трьох типів ФО Н.М. Шанський додав ще один – фразеологічні вирази, які він визначав як «відтворювані мовні звороти, що складаються цілком із слів з вільними значеннями» [80, с. 84]. Фразеологічні вирази – це звороти з буквальним значенням компонентів. Вони включають німецькі прислів'я і приказки, крилаті вирази, кліше, мовні штампи, що вживаються в прямому значенні, не мають образного сенсу: Фразеологічні вирази характеризуються буквальним значенням компонентів, а вживані у їх складі прислів'я та приказки вживаються в прямому значенні, без будь-якого алегоричного сенсу.

Фразеологічні одиниці даного типу являють собою предикативні сполучення слів або речень. За комунікативною спрямованістю виділяють:

1. Загальновживані прислів'я: *Es ist nicht alles Gold, was glänzt* – не все те золото, що блищить; *Viele Koche verderben den Brei* – у семи няньок дитя без ока;
2. Приказки типу: *Die Zähne in die Wand hauen* – покласти зуби на полицю; *Stein und Bein frieren* – оклякнути від холоду.

Фразеологічні вирази часто позначають як «крилаті слова» (*geflügelte Worte*) та виділяють у багатьох класифікаціях в окрему групу.

При розгляді класифікації фразеологічних зворотів з точки зору їх експресивностистилістичних властивостей можна виділити наступні групи фразеологічних зворотів, а саме:

- 1) міжстильові;
- 2) розмовно-побутові;
- 3) книжкові;
- 4) архаїзми;
- 5) історизми [38, ст. 58].

Стилістична диференціація фразеологічних одиниць включає оцінно-емоційноекспресивні особливості, які отримуються фразеологізмами унаслідок їх переважного і, навіть, виняткового вживання в різних сферах і галузях людського спілкування:

- 1) міжстильові фразеологічні звороти – це стійкі поєднання відомих слів, що вживаються у всіх стилях мови;
- 2) розмовні побутові фразеологічні звороти – це стійкі поєднання слів, які переважно чи виключно вживаються в усній мові;
- 3) книжкові фразеологічні звороти – це стійкі поєднання слів, які переважно чи виключно вживаються в письмовій мові;

- 4) фразеологізми – архаїзми та історизми – це фразеологічні звороти, що вийшли з активного вживання у зв'язку із зникненням відповідного явища у дійсності.

Окрім того, на сьогодні вчені виділяють й інші варіанти класифікації фразеологізмів, наприклад, за тематикою (фразеологізми по позначення зовнішності чи характеру людини, на позначення емоційних станів, стосунків між людьми тощо), або ж за певними компонентами (ФО з компонентами кольоронімами, зоонімами тощо). Одним із варіантів поділу всіх фразеологізмів та типи відповідно до певного компоненту ФО є фразеологізми з ономастичним компонентом.

Як справедливо відмітив О.В. Кунін, «фразеологія – це скарбниця мови» і фразеологічні одиниці в мові є її багатством. Вони не лише відображають культуру і побут тієї або іншої мови, але й допомагають зробити мову найбільш виразною та емоційною [78].

1.2 Ономастикон як складова лексико-семантичної системи німецької мови

Лексико-семантичну систему мови визначають як «усю сферу смислових відношень лексичних одиниць, своєрідність типів взаємодії їх одна з одною (лексична парадигматика) із елементами інших аспектів мови, умови та форми мовного вираження результатів семантичного варіювання словесних знаків (лексична синтагматика)» [72, с. 251].

На думку А.А. Уфимцевої, лексико-семантична система являє собою синтез, результат складної взаємодії слів в їх окремих значеннях з двох сфер мови: з номінативно-класифікаційної (парадигматика), та з лексичної сполучуваності (синтагматика) [72, с. 251].

Отже, основним об'єктом лексико-семантичної системи мови є слово як сукупність лексико-семантичних варіантів в їх смислових взаємозв'язках та відношеннях між собою. Слово виступає у мові як лексико-семантична одиниця (елемент структури мови). Аналіз семантичного аспекту мовного знака не як ізольованої одиниці, а як тісно пов'язаної з іншими одиницями лексико-семантичної системи дозволяє більш повно виявити характер взаємовідношень семантичних компонентів значень кожної одиниці, а також визначити її місце в лексико-семантичній системі мови. Питання класифікацій лексичного складу мови, які базуються на різноманітних принципах, здавна привертало увагу лексикологів, лексикографів, логіків та філософів. Так, Дж.Ст. Мілль розподіляє імена на:

- 1) загальні та індивідуальні;
- 2) конкретні та абстрактні;
- 3) конотуючі та неконотуючі;
- 4) позитивні та негативні;
- 5) відносні та абсолютні;
- 6) унівокальні та еквівокальні (подібні) [66, с. 98].

Виходячи з характеру смислового змісту слова та функцій, які воно виконує, А.А. Уфимцева та Б.О. Серебренніков виділяють чотири розряди лексичних одиниць вокабуляра:

- 1) Лексично повнозначні слова, яким властива повна семантична структура, і які виконують у мовній системі одночасно дві основні функції знака — сигніфікативну та номінативну. Це так звані загальні назви. Референт знака представляє клас предметів;

2) Лексично неповноцінні слова, які не мають ніякої смислової структури, виконують у мові лише одну номінативно-розпізнавальну функцію. Це так звані власні назви з одиничним (єдиним) референтом;

3) Словесні знаки, які не мають свого власного предметно-логічного змісту, що лежить в основі лексичного значення. Це знаки-замісники, з імплікацією особи, предмета, місця, напрямку здійснення акту мовлення при синтагматичній мовній діяльності. Це так звані дейктичні словесні знаки;

4) Словесні знаки, які набувають свого змісту виключно при функціонуванні в лінійному ряді, в залежності від одиниць, які з ними сполучуються. Це так звані зв'язні слова, у яких немає референта [72, с. 72-73], [60, с. 50].

Отже, у мові з точки зору семіологічної функції можна виділити різні класи знаків: загальні назви або апелятиви (дієслова, іменники, прикметники, прислівники), власні назви або оніми (назви осіб, предметів, місць тощо), дейктичні слова — клас слів, які виконують вказівну та заміщувальну функції (займенники, вказівні прислівники, деякі прислівники місця, часу та ін.), слова-зв'язки (прийменники, сполучники). Перші два класи є лексично значущими. Два інших класи слів виражають лише граматичне значення і є неповнозначними: дейктичні слова беруть участь у номінативній та синтагматичній діяльності, а слова-зв'язки представлені лише в синтагматичній діяльності [72, с. 73].

Апелятивна лексика утворює в кожній мові найбільший клас словесних знаків. Основна особливість цієї категорії слів полягає у тому, що для них, на відміну від трьох інших класів слів, характерна наявність двох чисто лінгвістичних функцій мовного знака - сигніфікативної, за допомогою якої інтегруються поняття, та номінативної, за допомогою якої диференціюються

назви класів предметів. При цьому апелятив, як в одній, так і в іншій своїй функції має здатність узагальнено репрезентувати якості предметів та явищ матеріального світу [76, с. 12].

Основна кількість власних назв відноситься до спеціальної лексики, яка складає великий лексичний масив, що вміщує, окрім власних назв, термінологію та номенклатуру різних галузей знань, виробництва, торгівлі тощо [65]. О.І. Фонякова дає дуже чітке визначення онімам: «Власна назва – це універсальна функціонально-семантична категорія іменників, особливий тип словесних знаків, призначення яких полягає у виділенні та ідентифікації одиничних об'єктів (істот та неістот), які виражають одиничні поняття та загальні уявлення про ці об'єкти у мові, мовленні та культурі народу» [75, с. 21].

Сутність власних назв традиційно намагаються встановити порівнюючи їх із загальними назвами. Між власними і загальними іменами є спільні і відмінні риси. Спільним у них є те, що вони номінативи – слова, які називають різні предмети навколишньої дійсності [37, с. 255].

Вільгельм Шмідт зауважує, що «власні назви (*Nomina propria*) посідають у словниковому складі мови особливе місце, відрізняються від загальних назв чи апелятивів (*Nomina appellativa*), які означають всі явища, об'єкти і предмети певного класу тим, що відносяться завжди до певного індивідуума чи предмета (об'єкта) та виокремлюють їх з цього класу. Тоді як в основі інших слів вокабуляра лежать загальні поняття (*Allgemeinbegriffe*), власні назви містять лише так звані індивідуальні поняття» [102, с. 49].

О.В. Суперанська вказує на основні відмінності між власними та загальними іменами, а саме:

1) Головна відмінність власної назви від загальної назви полягає в принципі їх присвоєння: власні назви даються одному об'єкту для його ідентифікації в межах однорідних та для відмежування від інших об'єктів того ж та інших рядів, при цьому іменованій об'єкт завжди визначений; загальні назви відносяться до певного, логічно виокремлюваного класу речей та до кожної речі, що входить в цей клас, при цьому іменованій об'єкт невизначений;

2) Власні назви відрізняються від загальних назв особливим характером зв'язку з позначуваним об'єктом: власній назві властива підвищена предметність при ослабленому, редукованому (аж до нуля) зв'язку з поняттям; для слів загальної лексики характерний взаємозв'язок між поняттям та іменованим об'єктом;

3) У власних назв відмічається посилення прагматики у порівнянні зі словами загальної лексики, які просто констатують положення речей;

4) «Масштаб» власної назви дорівнює, як правило, нулю: власні назви позначають один, окремо взятий предмет; у загальних назв він завжди більший за одиницю;

5) Власні назви не мають загального значення, загальні назви – індивідуального. Якщо у власних назв розвивається загальне значення, відбувається його апелятивація; набуваючи індивідуального значення, загальні назви перетворюються у власні назви;

6) Власні назви називають позначувані об'єкти за допомогою свого звучання, а не за допомогою лексичного значення основ, як це роблять загальні назви;

7) Неперекладність власних назв на інші мови;

8) Штучний характер власних назв у порівнянні із загальними назвами уможлиблює такі їх перетворення, яким не піддаються слова загальної лексики (напр., довільні усікання та нарощування структури) [65, с. 8-15].

Комплекс відмінностей власних імен від загальних передбачає актуальність дослідження їх специфічних функцій. Власні назви виконують ряд функцій, аналогічних функціям загальних назв. З огляду на специфічну інформацію, яку несуть власні назви, їм властиві також особливі ономастичні функції. Основна похідна функція онімів у мові, на думку Є.В. Розен, – називати конкретний об’єкт, бути його і лише його іменем. В цьому головна відмінність цього розряду лексики від апелятивів, які позначають не одиничний об’єкт, а всі об’єкти даного роду. На відміну від апелятивів оніми лише називають об’єкт, виділяючи його цим способом із усіх об’єктів даного роду, не вдаючись при цьому до їх квалітативних характеристик.

О.В. Суперанська виділяє такі функції власних назв у мовленні: комунікативну (повідомлення, репрезентація); апелятивну (спонукання, вплив); експресивну (характерна для дуже відомих імен, які знаходяться на шляху переходу у загальні); дейктичну (перенесення імені відбувається на об’єкт) [66, с. 272 - 273], трансцендентну (надприродні (магічні) властивості імені) [65, с. 16].

Протягом багатьох років основним та принциповим залишається питання про наявність / відсутність у власних назв лексичного значення. Відомо, що всім словам незалежно від функцій, які вони виконують, завжди властиве певне значення - лексичне значення. Слів без жодного значення у мові не існує, але в різних структурно- функціональних типах властиве їм значення виявляється неоднаково, має відмінний зміст. Лексичне значення – це

відображення предмета реальної дійсності, яке стає фактом мови внаслідок утворення постійного зв'язку змісту з формою, у якій воно реалізується, входить до структури мовної одиниці як ознака, спільна для всіх мовних ситуацій. Значення входить в структуру слова як його зміст (внутрішня сторона), по відношенню до якого звучання виступає як матеріальна оболонка (зовнішня сторона) [59, с. 133]. Хоча семантика власної назви давно привертала увагу вчених, проте і досі ні у мовознавстві, ні у філософії немає єдиної точки зору щодо семантичної та функціональної природи власної назви. В лінгвістичній науці існують різні, нерідко протилежні, погляди.

О.В. Суперанська відмічає, що «теорія, згідно з якою власні назви не мають значення, справедлива лише в тому випадку, якщо значенням називати зв'язок з поняттям, а не лексичну значущість слова» [66, с. 89], а власні назви, як відомо, мають послаблений зв'язок з поняттями апелятивів, від яких вони походять [66, с. 124].

Інша група вчених вказує на «більше значення» власних назв у порівнянні із загальними назвами. Прихильниками цього погляду є Отто Єсперсен, Є.Р. Курилович, Мішель Бреаль, Е.К. Брандт та інші. Так, для Є.Р. Куриловича власні імена є словами з багатим семантичним змістом і обмеженою сферою вживання [30, с. 249]. А датський лінгвіст О. Єсперсен вважає, що власні назви конотують більшу кількість ознак, ніж загальні. Якби власні назви були позбавлені значення, доводив О. Єсперсен, було б неможливим зрозуміти й витлумачити перехід власного імені в загальне [22, с. 70-77].

Досить правомірною видається думка тих вчених, які вважають, що власні назви мають значення і в мові, і в мовленні (Л.В. Щерба, М.Г. Ніконов, М.Г. Комлев). Мовне значення онімів складається з родової апелятивної назви "чоловік", "жінка" (для антропонімів); "країна", "місто", "річка" та ін. (для топонімів). У контексті та мовленнєвій ситуації утворюється мовленнєве значення власних назв.

Останнім часом досить поширеною стала лінгвокраїнознавча теорія слова, представники якої переконливо доводять необхідність включення екстралінгвістичної інформації в значення мовного знака (Є.М. Верещагін, В.Г. Костомаров), оскільки вважають, що не існує «чистої семантики», яку можна було б вивчати суто лінгвістичними методами без опори на фонові знання та відповідно до фрагменту дійсності (В.А. Станслер, В.М. Кам'янеп). Згідно з даною теорією структура значення власних назв розглядається як сукупність лексичного поняття, тобто класифікуючої та номінативної частин, та лексичного фону, тобто інформацій, які так чи інакше характеризують згаданий предмет чи явище. Супроводжуючи людину протягом всього життя та відображаючи всі сторони діяльності, пов'язаної з людиною, власна назва необхідна для комунікації. Відображення дійсності закріплюється в її фонових знаннях, що утворюють лексичний фон. Лексичний фон відображає культурні, національні, соціальні, історичні знання людини про саму себе, про оточуючий світ, які в структурі значення власної назви знаходять своє вираження в семантичних долях, тобто вони несуть суттєву національно-історичну та етнокультурну інформацію [15, с. 170].

Отже, лексичне значення власної назви утворюють ті образи, поняття, асоціації, що виникають у комуніканта в процесі комунікації, тобто в процесі їх функціонування у мові і мовленні. Значення імені — фактор його відомості, фактор суспільно-історичний. Окрім власне лексичного компонента, до значення власної назви входять екстралінгвальні чинники, а саме: естетичний, морально- і соціально- оцінний [67, с. 266], [26, с. 15], [43, с. 6].

Твердження, що власні назви не пов'язані з поняттями є досить суперечливим. Власні назви — це особливі білатеральні утворення, які складаються із двох компонентів — знака та значення,

адже таке поширене ім'я як Hans, вказує на певний етнос, національність, стать позначуваної ним особи, а також на вік, соціальну маркованість, на живу внутрішню форму, на репрезентативний смисл тощо. Під час промовляння власних назв у свідомості людини виникає певне поняття, при їх сприйнятті ми завжди отримуємо певну інформацію, які можна вважати значенням. Поняття, закріплені у власних назвах, являють собою відображення предметів, властивостей та зв'язків реальної дійсності, а тому співвіднесеність поняття власного імені з предметом, властивістю, процесом, розвитком значення слова закономірна.

1.3 Різні види ономастичної лексики

Сукупність усіх власних назв мови становить її ономастичний простір. Власних назв дуже багато. В Україні, так само як і в Німеччині, Англії одних топонімів нарахується кілька мільйонів. На мільйони, очевидно, треба рахувати також ергоніми й особливо хрематоніми мови. Безмежна кількість заголовків художніх творів тощо. Однак у лексичному запасі окремої людини загальних назв значно більше, ніж власних назв. Одні власні назви відомі всім мовцям (*fern von Madrid, Dresden, Чумацький шлях, «Заповіт»*), інші — лише частині мовців, нерідко дуже невеликій. Через це складається хибне враження, що й у мові в цілому більше загальних, а не власних назв. Річ у тому, що загальні назви є, безперечно, центральним шаром лексики, а власні назви становлять її потужну периферію з дуже різною сферою поширення. Загалом же у мові на одну загальну назву припадає до кількох сотень власних назв.

Власні назви належать до універсальї мовних — вони існують в усіх мовах світу. Але в кожній мові власні назви мають і свої специфічні ознаки. Незважаючи на генетичну, хоч і неблизьку, спорідненість німецької та

української мов, власні назви виявляють у них доволі розбіжностей як у творенні, так і вживанні. Специфіку українських власних назв становлять і сам їх набір, і характерні фонетичні трансформації імен особових, і розмаїтість пестливих іменних форм (чого немає, наприклад, в німецькій мові), і комплекти словотворчих засобів з їх продуктивністю тощо. Проте в німецькій специфіка власних назв полягає в слабкій здатності до демінутивності порівняно з українською мовою. У німецькій мові представлений значно менший набір афіксів для створення пестливих імен: *Hansi*, «Hansel und Gretel», *Wolfchen*, *Ingelein*, *Hansi*, *Lutzchen*; суфікси -el, -chen, -lein, -i не дають великого простору для такого формотворення, тому німецька мова залучає специфічний продуктивний словотвірний засіб – словоскладання, наприклад, Roul-Rouli-Maus (Мишеня Рауль).

За денотатами розрізняють такі класи власних назв (див. Додаток А, табл. А1):

- 1) Антропоніми – особові імена людей (прізвища, прізвиська, псевдоніми) (наприклад: *Adam*, *August*, *der Pfeil Amors* і т.д.) [18];

Псевдонім (грец. Ψευδής —«помилковий» і грец. ονομα —«ім'я») — це ім'я, використовуване людиною замість справжнього (даного при народженні, зафіксованого в документах) в тій або іншій публічній діяльності. В західній культурі найчастіше псевдонімами користуються діячі мистецтва. У східних культурах (особливо китайській і японській) ухвалення нового імені при зміні соціального статусу в деякі епохи було практично обов'язковим для будь-якої сфери діяльності, — аналогом такого роду обов'язкових псевдонімів в західній культурі можна вважати обов'язкову зміну імені у священників і ченців, особливо в Православній церкві, проте називати церковні імена священнослужителів псевдонімами не прийнято.

Власне псевдонім не має на меті відмову свого носія від ідентичності і тому в багатьох випадках витісняє справжнє ім'я: нікому, окрім фахівців, не потрібно знати, що *Сандро Боттічеллі* насправді звали Алессандро Філіпепі, а *Мерлін Монро* - Норма Бейкер. Серед основних причин використання псевдонімів цього роду:

- прагнення замінити дуже довге ім'я коротшим, таким, що запам'ятовується;

- прагнення узяти ім'я, що «говорить», відповідне вибраному роду діяльності, особистій творчій або цивільній позиції, естетичним перевагам епохи: так, німецький поет епохи «Романтизму» Харденберг Фрідріх фон став відомим поетом *Новалисом*, середньовічний медик *Парацельс* вибрав псевдонім, що посилає до імені знаменитого римського лікаря Цельса, а українська поетеса Лариса Петрівна Косач взяла псевдонім *Леся Українка*;

- прагнення узяти ім'я, що не виділяє людини за національною ознакою, не фіксує загальної уваги на його походженні (так поляки Вільгельм Аполлінарій Костровіцький і Юзеф Теодор Конрад Корженевський стали французьким поетом *Гійомом Аполінером* і американським прозаїком *Джозефом Конрадом*);

- прагнення «розійтися» в іменах з іншою особою, що діє в цій сфері і носить те ж або схоже ім'я: так, серед причин, що спонукали вченого-математика Герарда Кремера стати *Меркатором*, не останню роль грало небажання опинитися в тіні свого наставника, а літературознавець і перекладач Елеонора Гальперіна помічала в опублікованому пізніше листуванні, що узяла псевдонім *Нора Галь* для того, щоб її не плутали з тією, що почала публікуватися декілька раніше літературознавцем Євгенією Гальперіною.

Особливим випадком є *колективні псевдоніми*, покликані позначити єдиним ім'ям загальну діяльність групи осіб: Кукринікси, Ніколя Бурбаки.

Крім псевдонімів як таких існує (головним чином, в літературі і мистецтві) ряд суміжних явищ, при розширювальному розумінні також іменованих псевдонімами:

Криптонім — підпис під твором замість імені автора, що не припускає можливості ототожнити її з тією або іншою конкретною особою; іншими словами — ім'я, розраховане на те, щоб приховати справжнього автора твору. Криптонімом зазвичай користуються при обнародуванні ризикованих в тому або іншому відношенні творів («Роман з кокаїном» *М.І. Агеева*, «Історія Про» *Полін Реаж* (це її криптонім)) і/або в тих випадках, коли ці твори в тому або іншому відношенні відрізняються від тієї творчої діяльності, з якою вже міцно зв'язано справжнє ім'я автора (криптонім *Б. Акунін*, узятий відомим філологом-японістом і перекладачем Григорієм Чхартішвілі при публікації своїх детективних романів). У разі успіху криптоніми часто розкриваються і перетворюються на звичайні псевдоніми або гетероніми.

Гетеронім — ім'я, використовуване автором для частини своїх творів, виділених за якою-небудь ознакою, на відміну від інших творів, що підписуються власним ім'ям або іншим гетеронімом. Так, Зінаїда Гиппіус виступала з віршами під власним ім'ям, тоді як критичні статті публікувала під тим, що «говорить» гетеронімом *Антон Крайній*. Віртуозно користувався гетеронімами португальський поет Фернандо Пессоа, що використав декілька десятків підписів для своїх творів різного роду; багато хто з використаних ним імен був забезпечений власною біографією і, тим самим, перейшли в категорію літературних масок.

Гетеронімія часто зустрічається в масовій літературі, коли твори одного і того ж автора, що належать до різних жанрів або циклів, підписуються різними іменами для зручності читача.

Літературна маска — вигаданий автор, якому приписуються той або інший твір.

Аллонім — ім'я іншої реально існуючої або особи, що існувала, використовуване автором замість власного імені при позначенні авторства твору. Аллоніми часто використовувалися авторами пізньої Античності і Середньовіччя для того, щоб ім'ям більш раннього і авторитетнішого автора додати більше авторитету своєму твору. У Новий час аллонімія зустрічається достатньо рідко, хоча в масовому книговидаванні відомі приклади підроблених книг комерційно успішних авторів (наприклад Карлоса Кастанеди), написаних невідомими особами.

Суміжне з псевдонімією явище — обов'язкове або напів обов'язкове використання в деяких соціокультурних групах (кримінальний світ, молодіжні субкультури) особливих імен або прізвиськ, не співпадаючих з офіційними.

До цього явища найближче використання нікнеймів замість імен при комунікації в Інтернет [32, с. 300-320].

- 2) Топоніми — назви географічних об'єктів (наприклад: *Ägyptische Plagen, Berliner Zimmer, In Buxthebude sein*);

Топонім (від грецького *toiros* «місце» і *онома* «назва») — назва місцевості, регіону, міста, селища, гірського масиву, пустелі або будь-якої іншої частини поверхні Землі, тобто географічна назва.

Назви місць (тобто топоніми) часто даються автохтонним населенням певної території, для якої кожний з топонімів несе смислове значення. Завдяки цьому можна встановити, наприклад, що на певній території колись проживав

народ, що відрізняється від того, який живе там на теперішній час. Тобто, топоніми часто характеризують територію з точки зору тих народів, які колись населяли ту чи іншу місцевість.

Щодо топонімів, на відміну від української мови, де рід іменника визначається його формою або родом загальної назви (наприклад, *Нове Делі*), у німецькій мові існує відповідність між семантичними підкласами топонімів і їх граматичним родом, яка має деякі виключення. Навіть у межах однієї групи топонімів спостерігається розбіжності в уживанні артикля. Щоб виділити групи топонімів за наявністю або відсутністю артикля, слід урахувувати або тематичні, або внутрішні структурні ознаки (наприклад: *der Libanon, die Schweiz, Deutschland, Italien, die Bundesrepublik Deutschland (die BRD)*).

3) Гідроніми - назви географічних об'єктів (наприклад: *die Donau, der Rhein, die Bühler*);

Гідронім (від грец. *υερό* «вода» та *όνομα* «назва») — географічна назва водоймища (річки, озера, ставка, моря, болота). Походження гідронімів дає змогу з'ясувати, які народи жили на тій чи іншій території у минулому. Гідроніми німецької мови зазвичай вживаються з означуваним артиклем (наприклад: *der Rhein, das Mittelmeer, der Montblanc*)

4) Ойконім - власна назва довільного поселення, міста, селища (наприклад: *Abtlöbnitz, Abstatt, Pflückuff*).

Ойконімія є специфічною галуззю топонімічного простору будь-якої мови, оскільки в ній відображені соціальні, історичні та культурні ознаки певного етносу. Ойконіми як соціально-історичне утворення виникають і функціонують у певній мові і за певних обставин, позначаючи конкретне географічне місце проживання людей, як невіддільний складник взаємодії людей із певною територією, державою, етносом та їхньою історією. Головна роль у формуванні ойконімів у німецькій мові належить термінам, що позначають житло, селище, укріплення, споруди, що будувалися німцями.

Прикладами ойконімів є: *Aachen, Dachau, Hamm, München, Frankenberg, Fürstenwalde, Gransee, Bad Belzig* та багато інших

Сучасні німецькі ойконіми поділяються нами за структурою на такі групи:

- назви місцевостей, населених пунктів (прості слова),
- назви місцевостей, населених пунктів (складні слова)
- назви місцевостей, населених пунктів (словосполучення).

5) Космоніми — назви космічних об'єктів; Завдяки дослідженню було виявлено, що цей вид ономастичної лексики не є популярним, і серед фразеологізмів зустрічається досить рідко. Проте, декілька прикладів все-таки було: *die Venus* — Вранішня Зоря, *die Plejaden* — Волосожар/Стожар, *die Erde* — Земля.

6) Теоніми та міфоніми — найменування божеств, міфічних істот (наприклад: *die Banshee, der Blutsauger, der Basilisk*);

7) Епоніми;

Епонім (грец. *εκεῖνος που ἔδωκε το ὄνομα*, букв. «той, що дав ім'я») — божество, видатна людина або герой, на честь якого одержав своє ім'я який-небудь географічний об'єкт (місто, ріка, гора, місячний кратер і т.д. , напр. *Peleus*, син Єака, епонім гори *Pelias* або *Orchomenos*, епонім однойменного міста.

У науці епонім — назва явища (наприклад, хвороби), поняття, структури або методу по імені людини, що вперше виявив або описали їх (*набряк Квінке, закон Вакернагеля, Kronecker-Symbol* і т.п.). Також епонімами називають будь-які власні імена, що стали іменами загальними.

8) Етнонім (від грец. *ἔθνος* (ethnos) — плем'я, народ й грец. *ὄνυμα* (онума) — ім'я, назва), термін на позначення будь-якого етносу або етнічної спільності роду, племені, племінного союзу, народу, народності, нації.

Бувають макроетноніми - великі етнічні спільності та мікроетноніми - маленькі етнічні об'єднання.

- Зооніми – клички тварин (наприклад: *Arches, Harward, Konkord*);
- Ергоніми – назви організацій, виробничих та суспільних об'єднань; ця група власних назв включає величезну кількість найменувань — від партій, товариств, заводів, вузів до кінотеатрів, кооперативів, магазинів, фірм тощо (наприклад: *Frankfurter Sparkasse, Spätzle & Knödel, Stiftung Warentest*);
- Хрононіми – назви відрізків часу, подій (наприклад: *Burenkrieg, Kollaboration, Zweiter Weltkrieg*);
- Хрематоніми – назви окремих предметів. Ця група включає власні назви матеріальних предметів – кораблів, ураганів, алмазів тощо та витворів духовної культури – заголовки творів, назви музичних п'єс, творів живопису, кінофільмів тощо (наприклад: *der Emden, der Sperrbrecher*) [18].

1.4 Лексико-фразеологічний склад та його взаємодія з ономастиком

Фразеологічна семантика зумовлюється характером участі та взаємодії компонентів у створенні цілісного узагальнено-образного фразеологічного значення. Загальновизнаною є думка, що при переосмисленні вільного слововосполучення слова, які до нього входять, деактуалізуються в семантичному відношенні, втрачаючи при цьому предметну направленість та здатність розбиватися на диференційно семантичні ознаки (В.П. Жуков, М.А. Леонідова, Л.М. Пінковська, М.Ф. Аліференко).

Процес становлення фразеологічної одиниці характеризується не лише перенесенням найменування, а й глобальними зрушеннями в семантичній структурі, лексичному значенні компонентів, внаслідок чого відбувається

«докорінна перебудова відповідних сем,...виникає фразеологічне значення, в основі якого лежить... поняття» [3, с. 94-95].

Своєрідність досліджуваних в даній роботі фразеологічних одиниць полягає насамперед у дещо інакшому механізмі фразеологізації в порівнянні з фразеологічними одиницями, які не містять ономастичного компоненту, оскільки головна роль тут, безсумнівно, належить онімам, які беруть участь у формуванні експресивно-емоційного забарвлення зворотів.

Механізм перетворення власної назви у складі фразеологічної одиниці досліджували Г.П. Манушкіна, Т.Н. Кондратьєва, Р.І. Охштат, А.В. Парій, М.А. Леонідова, Н.М. Пасік, Cs. Földes та інші мовознавці. На думку Р.І. Охштата сутність механізму фразеологізації стійких утворень з ономастичним компонентом полягає у переході власної назви у "вторинний стан" (*sekundäres Dasein*) [52, с. 83]. Його спостереження за функціонуванням власних назв у фразеології сучасної німецької мови приводять до висновку, що «будучи іменем-символом, власна назва зберігає конкретні ознаки власноіменності, ... , оскільки в пам'яті кожного носія мови закодовані структурні ознаки ономастикона цієї мови, що дає можливість сегментувати та впізнавати оніми в мовленнєвому потоці» [52, с. 174].

Згідно до А.М. Кравчука [30, с. 150-155], можна стверджувати, що, потрапляючи до складу фразеологічної одиниці, власна назва не може в семантичному плані повністю розірвати усіх своїх зв'язків з інтенсiональними (значення слова як одиниці мови, парадигматики) та екстенсiональними (значення слова як одиниці мовленнєвого вжитку) семами. Як з мови, так і з конкретно реалізованого контексту, власна назва може переносити ознаки у фразеологічну одиницю. Ці ознаки є визначальними у формуванні семантики фразеологічної одиниці, компонентом якої є власна назва, вони стають "представником" об'єкта та передають закладену у ньому інформацію за допомогою його фонетичної оболонки. При входженні до фразеологічної одиниці онім активізує здебільшого

одну із інтенціональних або екстенціональних сем, яка стає мотивуючим стрижнем семантики фразеологізму. Так, ойконім «*Rom*» в системі мови має значення "назва міста", в мовленні він може реалізуватися в одному із екстенціональних значень "місто, яке є релігійним центром", "місто, в якому знаходиться резиденція папи", "місто, яке є центром античного й християнського світу"; "місто, побувати в якому святий обов'язок кожного католика". На основі таких конкретних характеристик ойконіма відбувається перехід власної назви у символічну і фразеологізація наступних виразів: *Es führen viele Wege nach Rom* [101, с. 211] – Усі дороги ведуть до Риму; є багато можливостей досягти мети; *Rom hat gesprochen, die Sache ist erledigt* [34, с. 170] – ірон. Рим сказав своє слово, усе вирішено остаточно; *Zustände wie im alten Rom* [87, с. 843] – розм., ірон. «ну і порядки!»; *Wo der Papst ist, da ist Rom* [101, с. 211] – де папа римський, там і Рим; *Er war im Rom und hat den Papst nicht gesehen* [34, с. 96] – Був у Римі, а папу не бачив; головного не побачив; слона то він і не помітив; *Den Papst nach Rom führen* [86, с. 141] – робити марну справу; *Auf dem Messer kann man nach Rom reiten* [34, с. 20] – Цим ножем не різати, а цвяхи забивати; *In Rom tu, wie Rom tut* (Кудіна О.Ф., [34, с. 129] – Між вовками по-вовчому й вий; *Man könnte nach Rom gehen und wieder kommen* [86, с. 252] – Можна було б сходити в Рим та повернутися назад (занадто довго) ; *Schritt für Schritt kommt man nach Rom* [87, с. 211] – Крок за кроком прийдеш у Рим; *Ablaß nach Rom tragen* [86, с. 404] – (досл. везти в Рим відпущення гріхів) – робити непотрібну справу; *Zu Rom wird mancher betrogen* [101, с. 211] – У Римі не обманюють; *Rom ist nicht an einem Tage erbaut* [101, с. 211] – Київ не відразу збудований; ураз нічого не робиться.

Власна назва є найбільш конкретною і найбільш абстрактною мовною категорією. Ознака конкретності очевидна у випадку, коли домінує називна функція, тобто коли власна назва когось або щось ідентифікує. Ознака абстрактності стає очевидною у випадку, коли власна назва не позначає певний, конкретний денотат, а може відноситись до будь-яких членів певної категорії, групи істот. Цей

дуалізм є типовою характеристикою власної назви. Яка ознака буде реалізована, залежить від ситуації, мовного контексту [92, с. 14].

Дуалістичність природи власної назви визначає два основних шляхи в процесі становлення власної назви символічною, тобто в процесі переходу власної назви у "вторинний стан".

Перший напрямок пов'язаний з функцією позначення конкретного індивіда, в цьому випадку конкретні засади домінують над абстрактними, власна назва співвідноситься з конкретним суб'єктом чи об'єктом, адже конкретність ґрунтується на безпосередньому зв'язку у свідомості певної назви з враженням про історичну особу чи літературного героя, уявленням, почерпнутим із книг, розповідей очевидців та інших джерел. Ця конкретність і міцність зв'язку між іменем і відомою собою чи географічним об'єктом призводять до набуття іменем узагальненого значення і переносного вживання. Розглядаючи антропоніми у складі німецьких фразеологічних одиниць, Н.П. Щербань відмічає, що «узагальнення конкретного власного імені перетворює його в своєрідний символ, змістом якого може бути все життя названої особи, риси характеру і зовнішності, її вчинки, погляди, становище» [81, с. 74]. При конкретному вжитку у нас виникає не просто уявлення про окрему людину, а ще й уявлення про ознаки певної людини. Пор.: *ein salomonisches Urteil* [86, с. 19] – соломонове рішення; справедливе, мудре рішення; *Herkulische Kräfte* [102, с. 296] – геркулесова сила тощо.

Зауважимо, що власна назва, яка належить одному і тому ж індивіду чи об'єкту, іноді отримує різний символічний зміст. Розглянемо фразеологічні одиниці з компонентом «*Berliner*». На основі конкретних характеристик цього топоніма (найбільше місто Німеччини; столиця Німеччини; місто, де полюбляють пити пиво) відбувається перехід власної назви у символічну і фразеологізація таких виразів: *ein Berliner Kind* [42, с. 133] – уродженець, уродженка Берліна; *Berliner Zimmer* [42, с. 133] – велика прохідна кімната з одним вікном; *Berliner*

Weißer [42, с. 72] – світле берлінське пиво (улюблений напій берлінців); *eine (echte) Berliner Pflanze!* [42, с. 133] – розм. «вона берлінської закваски!» (про енергійну, дівчину); *Berliner Blau* [42, с. 133] – берлінська лазур (фарба), перен. синці, побої; *die Berliner Ecke* [42, с. 133] – берлінський виступ, ріг; *Berliner Schnauze* [42, с. 133] – берлінський діалект; *jemand hat eine Berliner Schnauze* [42, с. 133] – фам. «хтось типовий берлінець, за словом в кишеню не лізе»; *die deftige Berliner Lippe* [42, с. 133] – грубе, повне гумору берлінське просторіччя; *Berliner Ofen* [42, с. 133] – велика кахельна піч, яка зберігає тепло.

В основі **другого шляху** переходу онімів у символічні апелятиви лежить абстрактна природа власної назви, яка домінує над конкретною. Власна назва не має конкретного прототипу і виступає у своєму загально-категоріальному значенні як "імя взагалі", котре може бути співвіднесеним з будь-якою особою і використовуватися в ролі експресивного субститута, контекстуального синоніма до слів "чоловік", "жінка", "дитина", "річка" "міст", "предмет", "цей", "той", "інший" і т. д.

Наприклад: *dummer Hans* [92, с. 14] – дурний чоловік; *faule Grete* [92, с. 9] – лінива дівчина; *ein langweiliger Peter* [92, с. 17] – нудна людина; *(Nachbarin) Grete und Bete* [34, с. 280] – зневаж, «якісь там сусідки»; *Begrüßgustav* – швейцар; *Tiefheini* – психолог; *getreuer Eckart* [91, с. 98] – вірний, відданий друг (слуга); *fern von Madrid* [87, с. 200] – далеко від справжніх подій; *eine Tochter Evas* [87, с. 726] – заст., жарт. 1) пихата, марно-любна дівчина; 2) жінка.

Послаблення семантики, властивої власній назві як мовній одиниці здійснюється за рахунок введення інших компонентів, більш виразних у плані мотивації фразеологічного змісту. У фразеологічних одиницях такого типу мовне значення може абстрагуватися до невизначено дейктичного "хтось". На вживання певних імен у процесі мовлення впливає ряд чинників: фонетичний, історичний та літературний чинники, і особливо чинник частотності вживання оніма. Так в

сучасній німецькій мові найбільш поширеними в складі ФО є чоловічі імена *Hans*, *Heinrich*, *Peter*, *Oskar* та жіночі *Grete*, *Trine*, *Liese*. На символічному використанні цих власних імен базуються такі ФО: *Hans im Glück* [94, с. 393] – "щасливчик"; *dumme Trine* [Schmidt W., 1968: 294] – розм. дурна жінка; *frech wie Oskar* [94, с. 217] – розм. "нахаба з нахаб"; *lahmer Heini* [98, с. 337] – розм. «маруда, легкодуха людина»; *trockener Peter* [98, с. 601] – розм. "сухар"(про людину); *fliegendes Gretchen* [103] – розм. стюардеса; *fleißiges Lieschen* [98, с. 498] – "старанна дівчина".

В усіх розглянутих фразеологічних одиницях власна назва має "нульове значення", і все фразеологічне навантаження падає на інший компонент фразеологічної одиниці. Це пояснюється тим, що слова-компоненти в складі фразеологізму семантично розчинені в його загальному значенні.

Основними чинниками, які сприяють семантичному перетворенню власної назви у складі фразеологічної одиниці є асоціації за подібністю та асоціації за суміжністю. На **асоціаціях за подібністю** базуються такі способи переосмислення, як метафора та порівняння.

Метафора (від грец. *Metaphora* – "перенесення") найпродуктивніший засіб збагачення мови [62, с. 326]. Метафора є результатом переносу знака за подібністю двох понять і ґрунтується на спільній семі (основі порівняння) [70, с. 104].

Перенесення знака здійснюється за подібністю зорових, слухових, кольорових ознак, на основі найрізноманітніших вражень за внутрішнім зв'язком. Перенос здійснюється:

- 1) з особи на предмет: *die Flotte Lotte* – м'ясорубка, соковижималка; *der alte Gottfried* – розм. домашня сукня [42, с. 123];
- 2) з особи на особу: *dummer August* [87, с. 161] – клоун (у цирку); перен., блазень; *technischer Fritze* [88, с. 105] – розм. технік;

- 3) з неістоти на неістоту: *schwedische Gardinen* [87, с. 647] – в'язниця; *Marathonverhandlungen* [88, с. 249] – затяжні переговори;
- 4) з істоти на особу: *Schmusekatze* [88, с. 350] – Цукор Медович, підлесник.

Для метафори, як і для порівняння, міра подібності не суттєва: аналогія може бути як поверховою, випадковою, так і глибокою [53, с. 29]. Так онім – потенціальний компонент фразеологічної одиниці може містити цілий комплекс інформації стосовно однієї особи. Різновидність метафоричного переносу, коли під час фразеологізації з багатьох властивостей виділяється й узагальнюється одна, релевантна в певній ситуації, Г.П. Манушкіна називає вибірковою метафоризацією. Наприклад, якщо компонент *Joseph* пов'язаний з комплексом характеристик стосовно одиничного денотата, то в структурі фразеологічної одиниці *der keusche Joseph* [94, с. 99] – непорочний Йосип, він має здатність реалізувати лише одну ознаку – цнотливість і приписувати її необмеженій кількості денотатів. Якщо ж переосмислення охоплює увесь зворот в цілому, причому не виникає розчеплення одиничного поняття, закріпленого за онімом, то є підстави говорити про глобальну метафоризацію. Наприклад: *Sodom und Gomorrha* [87, с. 667] – сором і гоморра; розпуста, безладдя, хаос; *zwischen Szylla und Charybdis* [87, с. 650] – міф. «Між Сциллою і Харибдою», що означає – між вогнем та полум'ям.

Якщо при метафоризації різні характеристики співвідносяться з власною назвою або її похідними, вміщуються в одному словесному знаку, то при порівнянні характеристика та її носій (узагальнений образ або знак-символ) представлені окремо: *arm wie Lazarus* [98, с. 488] – бідний як церковна миша; *alt wie Methusalem* [87, с. 34] – старий як Мафусаїл; дуже старий, на схилі віку.

Порівняння і метафора є потенційно співвідносними у плані мисленнєвого процесу: порівняння базується на метафорі, а метафора входить до складу порівняльної конструкції, впливаючи певним чином на її семантику. Основними критеріями їх розмежування, на думку дослідників [50, с. 4-5] є:

1) порівняння має чітко окреслену структуру (основа порівняння, показник порівняльних відношень, образна основа порівняння) / метафора не підлягає точному компонентному аналізу (загальне значення метафори ґрунтується на асоціаціях);

2) результатом порівняння не є єдиний семантичний комплекс / процес метафоризації передбачає виникнення нового семантичного значення. Метафора є лаконічною і скорочує висловлювання, а порівняння поширює його [6, с. 27].

В основі асоціації за суміжністю лежать такі способи переосмислення, як метонімія (від грец. *metonymia* – "перейменування") та синекдоха (від. *synekdoche* – "співвіднесення, співрозуміння"). Метонімія у фразетворенні спостерігається при переносі знака за суміжністю певних двох предметів (явищ), зокрема тих, що перебувають між собою у часовому, просторовому зв'язках, у причинно-наслідкових відношеннях, у різного роду зіставленнях за дотичністю [70, с. 107], при яких змінюється не лише предмет, але й поняття [58, с. 86].

До фразеологічних одиниць метонімічного характеру можна зарахувати звороти, утворені шляхом перенесення імені особи на утворений нею предмет / продукт: *einen Knigge verschaffen (empfehlen)* [34, с. 390] – ірон. рекомендувати кому-небудь познайомитися з правилами хорошого тону. А. von Knigge – автор відомої у свій час книги правил хорошого тону (18 ст.); *keinen Duden im Blut haben* [98, с. 181] – писати з помилками.

Досліджуваний матеріал дає змогу виділити кілька асоціативних ліній метонімічного фразеотворення: час та його виміри через характеристичні денотати: *seit Adams Zeiten* [97, с. 27] – розм., жарт, з часів Адама, із сивої давнини; простір, його реально-побутові виміри: *jemanden auf den Bocksberg wünschen* [101, с. 90] – послати когось до дідька; дія, стан - їх просторові деталі, вплетені за дотичністю: *den flotten Gustaf haben* [98, с. 314] – евф. мати пронос;

У межах метонімічних зворотів виділяється синекдохічні фразеологічні одиниці, семантика яких сформувалася з урахуванням кількісних співвідношень між тим, з чого переносять найменування і тим, на що переносять. Найбільш розповсюджені типи синекдохічних перенесень:

- 1) Ціле - частина: *schmöder Mammon* [39, с. 317] – "презренний метал (гроші, золото)" (Мамон / Мамона - сірійський бог багатства);
- 2) Частина - ціле: *Pegasus im Joche* [94, с. 355] – "ярмо" (про поезію, яка використовувалась не за призначенням);
- 3) Антономастичний тип перенесень (власна назва — загальна назва): *Hans und Grete* [92, с. 14] – "хлопець та дівчина".

Таким чином, суміжність відбивається свідомістю як зв'язок - просторовий, часовий, різного роду логічна дотичність між поняттями предмета, ознаки, дії, стану, кількості, зв'язку відношень походження, незалежності і т.д.

Отже, функціонуючи у мовленні, власні назви мають потенційну властивість перетворюватися у загальні, що свідчить про безперервну еволюцію, властиву усім словам мови, як і самій мовній системі в цілому. Десемантизовані оніми мають багатий стилістичний потенціал. Вони реалізуються у вигляді контекстуальних значень та додаткових експресивних відтінків, які уможлиблюють більш точну та образну характеристику позначуваного об'єкта, явища або людини та виражають відношення мовця.

ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

Вивчення теоретичних передумов дослідження німецьких фразеологізмів з ономастичним компонентом показало, що фразеологізми – це стійкі поєднання слів, аналогічні словам за своєю відтворюваністю у якості готових і цілісних значущих одиниць. У розділі проаналізовано різні підходи до трактування цього мовного поняття, особливості класифікації, вузького та широкого пояснення фразеологізмів. Окрім того, у розділі визначено особливості фразеологічних одиниць, які відрізняють їх від інших елементів лексичного складу мови.

Дослідження класифікації фразеологічних одиниць дало змогу визначити, що на сьогодні серед науковців все ще не існує одностайної думки про те, які саме синтаксичні структури доцільно відносити до ФО та яким чином їх класифікувати. Тому у роботі було розглянуто декілька найбільш відомих та вживаних класифікацій фразеологізмів. Зокрема, було вивчено класифікацію В. В. Виноградова, яка базується на семантичному принципі та включає у себе фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності, фразеологічні сполучення.

Також розглянуто особливості німецьких фразеологізмів з ономастичним компонентом, визначено, що ономастична фразеологія становить той пласт мовних одиниць, які інформують про своєрідний склад мислення, світосприйняття, звичаї та історію носіїв мови. Вона включає у себе фразеологізми з назвами імена та прізвища, географічні та інші власні назви, клички тварин і т.д.

Було визначено денотативний характер онімічної лексики. Як специфічний клас номінативних засобів мови оніми протиставляються в лексиконі розряду загальних назв. Головна відмінність між власною та загальною назвою полягає у тому, що перші не здатні узагальнювати та бути іменами класів предметів. Як одиниці лексичної номінації оніми реалізують індивідуалізуючу та ідентифікуючу функції, тоді як апелятивам властива генералізуюча функція. Власною назвою називають окремий предмет, а загальною назвою позначають поняття або

предмет. Для власних назв основою є безпосередня співвіднесеність з індивідуальним об'єктом, а не з поняттям. За денотативними ознаками розрізняють такі класи власних назв як антропоніми, топоніми, ергоніми та інші. (див. Додаток А, рис.А.1, А.2)

Функціонуючи у мовленні, власні назви набувають сигніфікативних значень, не властивих їм у мові. Вони мають потенційну властивість перетворюватися у загальні назви, що свідчить про безперервну еволюцію, властиву усім словам мови, як і самій мовній системі в цілому. В результаті десемантизації власна назва втрачає своє індивідуалізуючи — ідентифікуюче значення та набуває генералізуючої функції.

Дуалістичність природи власних назв визначає два основних шляхи в процесі становлення власного імені символічним. Перший напрямок пов'язаний з функцією позначення конкретного індивіда. Конкретність і міцність зв'язку між іменем і відомою особою чи географічним об'єктом призводять до набуття іменем узагальненого значення і переносного вживання.

В основі другого шляху переходу онімів у символічні апелятиви лежить абстрактна природа власної назви, яка виступає у своєму загально-категоріальному значенні як "ім'я взагалі".

РОЗДІЛ 2 Особливості функціонування фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом у сучасній німецькій мові.

2.1 Лінгвокогнітивний та етнолінгвістичний аспекти дослідження фразеологізмів з ономастичним компонентом на матеріалі публіцистики та сучасних фразеологічних словників німецької мови.

Загальновідомо, що мови різняться між собою не лише граматиною і лексиконом, а ще й національно-культурною специфікою членування світу – виділенням в ньому суттєвих для даного народу, його матеріальної та духовної культури властивостей та явищ.

Уявлення загальної картини світу за допомогою мови слугує вербальною мовною картиною світу (МКС), яка розуміється як «неминучий для мисленнєво - мовної діяльності продукт свідомості, який виникає в результаті взаємодії мислення, дійсності і мови, як засобу вираження думок про світ в актах комунікації» [60, с. 179]. Мова виступає способом закріплення всієї відображувальної дійсності мислення. В мові, в системі характерних для неї образів, еталонів, стереотипів, символів, опрідметнені світогляд народу та його світорозуміння, які усвідомлюються в контексті культурних традицій. Саме ця співвіднесеність і обумовлює те, що мова не лише відображає дійсність у формі її "наївної" картини і виражає відношення до її фрагментів з позицій цінностей картини світу, але й передає культурно-національні установки і традиції народу – носія мови [68, с. 238]. Доведено, що мова відображає певний спосіб сприйняття та концептуалізації світу. Властивий мові спосіб концептуалізації дійсності частково універсальний, частково специфічний, так що носії різних мов можуть бачити світ по-різному, через призму своїх мов [5, с. 39].

Проблема взаємодії мови та культури, впливу етнокультурних, етнопсихологічних, етносоціальних чинників на мовні процеси викликають в останній час посилений інтерес з боку як мовознавців, так і вчених інших галузей

знань – культурологів, етнологів, психологів, філософів, фольклористів, міфологів, що засвідчує прагнення дослідників, особливо лінгвістичної спільноти до цілісного єдиного знання, до "зустрічі різних наук" і розуміння того, що пояснення мови неможливе без залучення наукового потенціалу різних галузей знань. Різним аспектам глибинних зв'язків між мовою і культурою, мовою і етносом, мовою і народною ментальністю присвятили свої праці мовознавці Є.М. Верещагін, В.Г. Костомаров, В.М. Телія, Б.М. Ажнюк та інші. Національна самобутність у світлі мовознавчої науки є актуальною і для германістики. Вивченням цих питань займалися такі вчені, як Cs. Földes, K. Löffler, J. Sternkopf, О.Д. Райхштейн, С.М. Назаров, Р.Р. Аллаярова, О.Я. Остапович.

У кожній мові є слова, які позначають явища, пов'язані зі свідомістю, духовним світом, психікою носіїв мови і наділені специфічним національним колоритом. В значенні цих слів, окрім раціональних інформативних чинників, присутні конотативні аспекти. О.С. Ахманова дає дуже вдале визначення конотації, згідно з яким конотація - це додатковий зміст слова (чи виразу), його супровідні семантичні чи стилістичні відтінки, що накладаються на його основне значення, служать для вираження різних експресивно-оцінних обертонів і можуть надавати висловлюванню піднесеності, грайливості, невимушеності, фамільярності тощо.

Вивчення культурно-національної конотації слів та фразеологічних одиниць пов'язане з дослідженням національної специфіки їх семантики з погляду перекладу та лінгвокраїнознавства. При цьому культурно-національна конотація розглядається як інформація, що включає різні географічні, історичні; етнографічні відомості й вказує на асоціації, які супроводжують слова та словосполучення в даній мові в залежності від національної культури носія мови [19, с. 5].

Культурно-національна конотація мовного знака складається протягом усієї історії позначуваного ним денотата в процесі спілкування. Кожна нація має своєрідну дійсність і певну специфіку її мовного означення. Через це без певного опису конотації мовних одиниць можна зрозуміти їх семантику лише приблизно. Встановити конотацію фразеологізмів з національно-специфічним змістом можливо лише за допомогою країнознавчого коментування. Простий переклад є недостатнім для адекватного сприйняття тексту, в якому міститься та чи інша фразеологічна одиниця. Так, наприклад, фразеологічна одиниця *jemand studiert Kotzebues Werke* – розм., фам. (досл. хтось вивчає твори Коцюбу) – хтось поїхав до Риги (когось нудить). Такий переклад фразеологічної одиниці в німецько-українському фразеологічному словнику не передає всієї глибини підтексту фразеологічної одиниці. Чому саме це ім'я було обраним для створення образу? Август Коцебу (1761 - 1819) – німецький письменник, прибічник Священного союзу та таємний агент російського царя. У своїх повчальних п'єсах Коцебу намагався висміяти мрії німецького народу, його патріотизм. В колі передових російських письменників, починаючи з О.С. Пушкіна, ім'я Коцюбу стало загальним для позначення реакційного та міщанського письменника. Ця коротка характеристика письменника дає підстави вважати, що ім'я Коцебу для створення образу було обрано не випадково, оскільки воно викликало негативні емоції не лише у російських письменників, але й в Німеччині його не сприймало усе прогресивне людство. Таким чином фразеологізм має не лише значення "когось нудить", але й передає вкрай негативне відношення носіїв мови до письменника. Існує і інша точка зору, згідно з якою дана одиниця асоціюється з дієсловом *kotzen* (блювати). Отже, конотативний компонент значення фразеологізмів створюється на основі образу, а образи для фразеологізму, як і для слів, беруться з оточуючої даний народ дійсності, конотації фразеологізмів розвиваються на основі колективних традицій даної мови. Тому дослідження культурно-національної конотації повинно проводитися на тому широкому теоретичному фоні, який пов'язаний з обговоренням мови і культури, як двох семіотичних систем мови (лінгвістичного) і життя народу (екстралінгвістичного) [42, с. 160].

Загальновідомо, що фразеологічний склад мови є найбільш самобутнім її явищем у плані вираження ФО національної самобутності народу — носія мови. «Національний колорит у ФО, що виявляється як у плані змісту, так і в плані вираження, створюється їх історичним та етноситуативним мотивуванням, лінгвокраїнознавчим фоном, лексичними компонентами та структурою» [1, с. 61]

В галузі фразеології країнознавча специфіка проявляється дуже чітко, в ній знаходить відображення національна специфіка життя і побуту того чи іншого народу. Фразеологічний склад мови - це дзеркало, в якому лінгвокультурна спільнота ідентифікує свою національну самосвідомість та світобачення [33, с. 102]. Факти історії країни, географії, економіки, образу життя - всі вони представлені у семантиці багатьох фразеологічних одиниць, тобто можна говорити про національно-культурну семантику фразеологізмів [42, с. 150]. Під національно-культурною семантикою мови Є.М. Верещагін та В.Г. Костомаров розуміють зміст, який не має чіткого системного, відносного характеру і в тій чи іншій мірі співвідноситься з особливостями економіки, географії, суспільного устрою, фольклору, літератури, усіх видів мистецтва, науки, з побутом, звичаями народу — носія мови [15, с. 89].

Німецька мова має багату фразеологію. Цікавим є спостереження Логана П. Сміта, який зауважує, що в німецькій мові більше поетичних та образних виразів фольклорного походження ніж в інших європейських мовах. Національно-семантичний елемент може проявлятися на трьох рівнях плану змісту фразеологізму: в сукупному фразеологічному значенні словесного комплексу, в значенні окремих лексичних компонентів ФО або в прямому значенні сукупності словесного комплексу, в якому відображається національно-специфічна ситуація, що лежить в основі образно-переносного значення фразеологізму [56, с. 15].

Яскравими лексичними компонентами національно забарвлених ФО є власні імена. Зрозуміло, що в працях з фразеології підкреслюється національна специфіка саме цих одиниць. Так, Є.М. Верещагін та В.Г. Костомаров роблять

стосовно ономастичної лексики справедливе твердження: «... національно-культурний компонент властивий власним іменам, мабуть, навіть більшою мірою, ніж апелятивам» [15, с. 170].

Власні назви тісно пов'язані з різними сферами людської діяльності. В них відображається пізнавальний досвід народу, його культурно-історичний розвиток, моральні ідеали, в них міститься «все наше культурне багатство. що накопичувалося протягом століть» [41, с. 33]. Власні назви акумулюють у собі різного роду інформацію і дають змогу простежити етноісторичні зв'язки мовного середовища, взаємодію з культурами інших народів [57, с. 48].

Власні назви з притаманними їм культурно-історичними конотаціями, відіграють важливу роль орієнтира у часі та просторі. Індивідуальні імена дають можливість, в єдності з мовним контекстом, дослідити також історію народу, його світогляд, історію мови та перетворення конкретного номінального значення в образ, в символ. Власні найменування не можуть бути просто міткою оскільки в семантиці імені проявляється те загальне, що може абстрагуватися, що відображає дійсність, складаючи єдність загальних та індивідуальних рис характеру людини, предмета чи явища. Власна назва як будь-яке слово, «заключає в собі семантичну цінність в кількох планах: вона узагальнює, дає найменування, позначає, повідомляє та виражає певне відношення, почуття, переживання» [54, с. 461].

2.2 Семантична структура фразеологічних одиниць з ономастичним компонентом

Однією з актуальних проблем сучасної фразеологічної науки є питання античної значущості фразеологічного компонента, тобто ролі компонента у формуванні фразеологічного значення, його питомої ваги у загальній семантиці фразеологізму. Питання фразеологічної активності ономастичного компоненту пов'язане із специфікою онімів як мовних так і культурних знаків. В.М. Телія зазначає: «фразеологізми можуть виконувати роль еталонів, стереотипів

культурно-національного світобачення або вказувати на їх символічний характер» [68, с. 250].

У складі ФО оніми можуть зберігати свій онімічний характер, вказуючи на конкретну особу або об'єкт. При цьому вживання оніма викликає у адресата мовлення згадки про певні події, властивості, ознаки, пов'язані із денотативно-реальними носіями імені (за умови, якщо денотат імені не є забутим), і вже на її основі будуються відповідні аналогії. Такі випадки мають місце там, де ступінь вживаності фразеологізму ще мінімальний [47, с. 224]. Здебільшого оніми у складі ФО деонімізуються і лише генетично зберігають ознаки власної назви. В першому випадку ономастичний компонент є носієм екстралінгвістичної інформації про денотат імені, утворює семантичне ядро фразеологізму. У другому випадку по мірі зростання абстрактності семантика власної назви послаблюється та набуває узагальнено-вказівного значення. У процесі функціонування власні назви розвивають цілу низку емоційних, експресивних та оцінних співзначень або конотацій, що виникають із численних асоціативних зв'язків, які властиві оніму, як і кожній лексемі, наділеній лінгвокраїнознавчим семантичним фоном [1, с. 61].

У межах даної роботи за частотністю вжитку можна виокремити чотири масивні групи: фразеологічні одиниці з антропонімічним, топонімічним, агіонімічним, кронімічним та ергономічним компонентами.

2.2.1 Фразеологічні одиниці з антропонімічним компонентом

В німецькій антропонімічній фразеології найширше представлені імена (Rufname), значно рідше прізвища (Familienname) і лише епізодично прізвиська (Kosenname).

Аналіз фразеологічних одиниць з антропонімічним компонентом засвідчив, що до їх складу входять імена двох типів: перший тип - це денотативно співвіднесені антропоніми або ж імена-факти, які пов'язані з конкретною історичною особою. Виконуючи роль семантичного (панівного) стрижневого

слова, такі антропонімічні компоненти несуть інформацію про конкретний денотат імені та пов'язані з ним події культурного, історичного та побутового плану, яка необхідна для розуміння значення ускладненого мовного знака. Вони здатні проінформувати адресата мовлення глибше та повніше, ніж сама розповідь про відомі денотати. (Дане явище називається у стилістиці антономазією).
 Пор.: *dicke Berta* — гармата часів першої світової війни, названа на честь власниці заводу Берти Крупп; *einen Kolschizki, bitte* — одного Кульчицького, будь ласка, тобто "чашечку кави"; *faule Greta* — гармата.

Другий тип - це денотативні індетерміновані антропоніми або ж імена-характеристики, які не пов'язані з реальними денотатами і потенційно можуть бути співвіднесені з багатьма особами. В міру зростання абстрактності відбувається ослаблення та поступова втрата загальнокатегоріального значення апелятизованого оніма. Семантична спустошеність, не значимість та смислова другорядність антропонімічного компонента підтверджуються тим фактом, що існують цілі низки варіантів фразеологічних одиниць з різними антропонімами. Пор.: *der flotte Heinrich / Otto/Fritz; eine dumme Liese/ Trine* (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Найчисельнішу групу утворюють ФО, компонентами яких є відомі народні чоловічі імена, такі як *Hans, Kunz, Peter, Matz, Michel, Heinrich, Otto, August*. Аналіз зібраних в роботі фразеологізмів показує, що ці імена набувають найрізноманітніших семантичних відтінків або конотацій. Лише невелика кількість імен функціонує у ролі десемантизованих компонентів. За частотністю вжитку на першому місці стоїть особове чоловіче ім'я *Hans*. За підрахунками Л.Б. Гарифуліна та М.К. Антонової, антропонім *Hans* входить до складу близько 100-120 фразеологізмів [92, с. 9]. В XIV - XVII ст. ім'я *Johannes (Hans)* було найпоширенішим чоловічим іменем. Його популярність базувалася на повір'ї, згідно з яким в будинок, серед мешканців якого є *Hans* ніколи не влучить блискавка. Частотність імені сприяла його апелятивізації. Гансом називали особу, ім'я якої не знали. Поступово цей антропонім набув узагальнено-абстрактного

значення "людина", "чоловік" і став вживатися для характеристики людини за її національністю (у вустах іноземця), віковими особливостями: *Hänschen tantzt, wie Hans bläst; was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr*, а також *was Hänschen versäumt, holt Hans nicht mehr ein* — Чого не вивчив Ванюша, того не буде знати Іван, тобто знання потрібно набувати змолodu; *Was Hänschen sich gewohnt, lässt Hans nimmer* (також *was Hänschen lernt, kann Hans*) — що знає Івась, те знає й Іван; *Jeder Hans findet seine Grete; Jeder Hans tanzt mit seiner Trine* — присл. Для кожного Гриця є своя птиця (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Завдяки використанню означень та предикативних слів ім'я Hans набуло у складі ФО різноманітних, як правило, негативних конотацій, що, на думку А.М. Найди можна пояснити тенденцією до використання готових мовних формул як у конфліктних, різко негативних ситуаціях, так і комічних – у вигляді жарту [50, с. 10]. Пор.: *Hans Ohnesorge* – безтурботна людина; метелик; *Hans Unbedacht* – легковажна людина; вітрогон; *Hans hinter der Mauer* – бідняк; *Hans Dumm* – дурень; *Hans Guckindieluft* – ротовій; *Hans Feigling* – боягуз; *Hans Hucke (Huckebein)* – невдаха, бідолаха, сіромаха, (пор.: рос. "Іван-Горемыка"); *Hans Urian* – чорт, дідько; *Hans Lügg* – вітрогон; *Hans Taps* – тюхтій, вайло, незграба; *Hans Gispel* – дурень; *Hans Hasenfuß* — боягуз; *Hans Liederlich* – розпусна людина, гуляка; *Hans Wurs* – весела людина, балагур; *ein große Hans* – поважна особа; шишка; *Schmalhans* – скупа людина; *Prahlhans* – хвалько; *Hans Immerdurst* – розм. любитель випити; *Hans Nachmittag* – розм. про людину, яка завжди відкладає виконання будь-якої справи; *Hans Knapp* – скупий лицар; *Schlotter Jahn* – боягуз; *Luderjahn* – неохайна людина; *Dummjahn* – дурень; *ich will Hans heißen (wenn das anderes ist)* – Назвіть мене дурнем, якщо я помиляюся; *Dein Hanswurst bin ich nicht* – фам. знайти собі іншого дурня (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Не менш частотним є в німецькій мові і ім'я Heinrich. Воно стало популярним, мабуть, з двох причин: по-перше, саме це ім'я найчастіше носили німецькі канцлери, а, по-друге, ім'я Heinrich давалося новонародженому на честь

святого Генріха II [85, с. 226]. В функції апелятива ім'я Heinrich вживається зі значенням "чоловік, хлопець".

Як і ім'я Hans, ім'я Heinrich набуває у складі ФО нейтральних, займенникових конотацій, що є наслідком більш абстрагованої характеристики людини, та має значення "кожний", "всякий". Пор.: *ein sanfter Heinrich* – розм., фам. скромна людина; *blöder Heini* – розм. дурень; *lahmer Heini* – маруда, легкодуха людина; *grüner Heini* – розм. "молокосос"; *Hinz und Kunz* (від Heinrich та Konrad) – розм., фам. всякий зустрічний. (Уже в XV ст. цей вираз набув зневажливого, глузливого відтінку зі значенням "усякий набрид") (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Ім'я Heinrich досить часто виступає компонентом фразеологізмів на позначення різних рослин, продуктів харчування, предметів тощо. Пор.: *stolzer Heinrich* – солд. рисова каша; *blauer Heinrich* – солд. жарт, перлова каша; *roter Heinrich* – дикий щавель; *langer Heinrich* – відмичка; *großer Heinrich* – Північне море; *der grüne Heinrich* – 1) поліцейський автомобіль для заарештованих; 2) палиця для покарання; *blauer Heinrich* – військ, перлова каша; шрапнель (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Досить поширеним є в німецькій фразеології і особове ім'я *Otto*. Його популярність пов'язують насамперед з відомою історичною особою Отто фон Марком. Наповнюючись апелятивним змістом, ім'я входить до складу цілої низки фразеологічних одиниць: *doller Otto* – розм. смілива людина; *schneller Otto* – розм. пронос; *Gruß an Onkel Otto* – нікому не адресоване привітання; *von wegen Otto* – ні в якому разі; *jemanden zum Otto machen* – розм. насваритися на кого-небудь, "роздраконити" кого-небудь; *der schräge Otto* – розладнаний рояль; *einen Otto bauen* – нашкодити (див. Додаток Б, табл.Б.1).

У порівнянні з чоловічими, жіночі особові імена входять до складу фразеологічних одиниць значно рідше. Насамперед це такі імена, як *Minna* (від *Wilhelmine*), *Trine* (від *Katharine*), *Liese*, *Lotte*, *Frieda*. Ці імена є просторічними,

ними часто називали хатніх служниць. Народний характер таких імен підкреслює "селянська" форма зменшувальних *Minna, Trine, Suse*. У складі фразеологічних одиниць жіночі імена набули здебільшого негативно забарвлених конотативних значень: *ein vergessliches Lieschen* – забудькувата жінка; *eine liederliche Liese* – неохайна жінка; *Klatschlotte* – наклепниця; *eine dumme Suse* – дурепа; *Heulfrieda* – плаксій.

Винятково жіночі імена розвивають і позитивно-оцінні конотації: *fleißiges Lieschen* – розм. бегонія (досл. старанна Лізхен).

На думку Б.М. Ажнюка, антропоніми підлягають максимальному спрощенню [1, с. 37]. Їх роль у структурі фразеологізму зводиться або до функції граматично визначального компонента (*ein fauler Hans* – ледар; *eine junge Eva* – молода кокетка), або до функції формального суб'єкта чи об'єкта предикації (*Jeder Hans tanzt mit seiner Trine; jeder Töffel findet seine Grete; Hans ist seiner Grete wert* – розм.. на кожен товар свій покупець).

Як засвідчує наш фактичний матеріал, повна десемантизація ономастичного компонента спостерігається у випадках, де антропонімічний компонент є факультативним компонентом. Пор.: *das ist ein (zu) weites Feld, (Luise)* – літ. краще про це не говорити; залишимо це: *mit ihm/ihr/dem Paul kann man Pferde stehlen* – це надійна людина, а також у фразеологічних одиницях вигуків типу, значення яких не є мотивованим: *Mensch Meier!* – «Оце так!»; *Mein Gott, Frau Beckmann!* – «Оце так!» (вигук здивування); *Anton, ziehe die Bremse an!* – говорять, коли час мандрівки дорога круто піднімається угору; *ach, du liebes Lieschen!* – «Оце так!» (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Серед ФО з антропонімічним компонентом чимало сталих утворень, більшого чи меншого стулення фразеологізації, коріння яких греко-римської міфології, а також таких літературних джерел, як Біблія та Євангелія. Можна припустити, що ці фразеологізми є одними з найдавніших за часом творення. Про це свідчить, на думку Н.А. Москаленко, їх інтернаціональний характер

[47, с. 168]. Більшість біблійних та міфологічних зворотів базуються на конкретних історіях, пов'язаних з денотатом імені. В результаті переосмислення, в основі якого лежать асоціації, антропонімічні компоненти зазнали семантичних змін. Забування міфу, біблійного сюжету призвело до відходу одиничного поняття на другий план, в результаті чого власні назви набули у мові певних конотацій, не властивих їм у номінативній функції: Пор.: *Petrijünger sein* – бути завзятим рибалкою; *den Pegasus besteigen/satteln* – осідлати Пегаса, починати писати вірші; *das ist ein Petruslatein* – витончена, вишукана мова; *in Morpheus Armen ruhen / liegen* – поет. бути в обіймах Морфея, спати (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Як відмічають дослідники біблійної та античної фразеології (О.А. Мороз, О.Н. Бетехтіна, І.Б. Дубровська), ці імена розвинули переносні значення ще до фразеологізації, перетворились у складі ФО на конотативні. Характер цих конотативних значень зумовлений відповідною оцінкою імені в біблійних, євангельських та античних творах. Так, позитивні конотації антропонімічних компонентів спостерігаємо в фразеологічних: *ein salomonisches Urteil* – справедливе, мудре рішення; *so sieher wie im Abrahams Schoss sein* – почувати себе у цілковитій безпеці; *Argusaugen haben* – мати очі Аргуса, мати всевидящі очі; *den Ariadnefaden finden* – знайти нитку Аріадни, знайти вихід із скрутного становища; *ein lukullisches Mahl* – лукуллівський бенкет, надзвичайно гучний, пишний бенкет (див. Додаток Б, табл.Б.1).

До складу ФО можуть входити і прізвища. Як правило, це найбільш поширені, високочастотні німецькі прізвища *Müller, Schmidt, Meier, Schneider*. Ці прізвища містять соціально забарвлену групову інформацію та традиційно вживаються для позначення "маленької" людини, простого трудового народу:

Müller, Maier, Huber, Schmidt,

Natürlich gehen die Frauen mit,

Die ganze Druckerei steht still,

Wenn unser starker Arm es will.

Частотність їх вжитку обумовлена поширеністю таких професій як мельник, кравець, швець, коваль. Раніше у кожному селі був свій мельник (Müller), свій коваль (Schmidt), свій староста (Schulze), фермер, орендатор (Meier). Одночасно ці прізвища містять у собі й інформацію про соціальний статус носія прізвища, оскільки вибір прізвища, як і імені, залежить від соціально-економічного статусу його носія. Так, німецьке прізвище Майер може писатися по-різному: *Meier*, *Meyer*, *Maier*, *Mayer*. З лінгвістичної точки зору – це одне прізвище, а з юридичної – чотири. На думку Д.Г. Мальцевої [42, с. 121], з огляду на це можна припустити, що прізвища *Meier* (від Meier – управитель маєтку) і *Meyer* мають незначну відмінність у написанні, проте особи, які носили ці прізвища, відрізнялися за своїм соціальним статусом. Прізвище *Meyer*, наприклад, просторічне, його отримували вихідці з народу. З іншого боку, його вживали для характеристики простої людини. Очевидно не випадковим є вживання даного прізвища в таких фразеологічних одиницях як *Tante Meyer* – розм. туалет, *bei Tante Meyer sein* – розм. бути в туалеті, *zu Tante Meyer gehen* – розм. піти в туалет, але *Mensch Meier!* – розм. «Чорт забирай! Оце так!»; *Wenn ..., dann heiß ich Meier (ich will Meier heißen, wenn ...)* – розм. Провалитися мені на місці, якщо ... (див. Додаток Б, табл.Б.1).

Фразеологізми з прізвищами утворюють у німецькій мові порівняно незначну групу. Як правило, вони позначають історично відомих осіб. Так, наприклад, в основі виразів *mein Name ist Hase (ich weiß von nichts)* / *meine Name ist Hase, ich wohne im Wade (Busch) und weiß von nichts* – розм. і не я, і хата не моя лежить історія про деякого Віктора Хазе, якого опитували в 1854-1855 р.р. у Гейдельберзькому університеті. Суть справи полягає у тому, що Хазе передав одному студенту, який із-за дуелі втік до Франції, своє посвідчення. Втікач залишив посвідчення, як і було заздалегідь домовлено, на кордоні. Його знайшли та передали до університету. В.Хазе заявив під час допиту в університетському суді: «*Mein Name ist Hase, ich verneine die Generalfragen, ich weiß von nichts*». Ця

фразеологізм швидко набула популярності і у своїй скороченій формі стала приказкою [93, с. 502-503].

ФО *das kannst du halten (machen) wie (der) Pfarrer Aßmann* – розм., жарт, роби, як хочеш пов'язана з прізвищем гессенського священика Рассмана, який у своїх ідеях керувався принципом "роблю, як хочу", а також із прізвищем тюрінського священика Ассмана, який, супроводжуючи на полюванні герцога Августа, вбив одного разу біблією зайця, а герцог зауважив при цьому, що Ассман як священик не мав права полювати, але оскільки він вбив зайця біблією, то може з ним робити що завгодно. Досить часто в німецькій мові вживаються фразеологічні одиниці *rangehn wie Blücher* – енергійно, рішуче взятися до справи та – розм. абсолютно безперечно, які пов'язані з прізвищем прусського фельдмаршала часів війни проти Наполеона Блюхера (1742 - 1819). Блюхер був дуже рішучим та хоробрим, завжди першим атакував ворога та розгромлював його, він був взірцем для солдат.

У каламбурних ФО, в основі яких лежать квазіонімічні елементи [91, с. 99], частіше виступають прізвища, ніж імена. Антропоніми, як компоненти таких фразеологічних одиниць спеціально підбираються для створення жартівливого, іронічного або сатиричного ефекту і викликають певні емоційні реакції мовців. Прізвища, на відміну від імен, мають значно більше можливостей для створення мовного жарту. Вигадати фіктивне прізвище простіше, ніж вигадати фіктивне ім'я, оскільки можна використати будь-який корінь - лексично-значущу підставу каламбуру [30, с. 70].

Псевдоантропоніми мають прозору лексичну оболонку, вказуючи на слово, від якого ім'я утворено. Пор.: *Doktor Sieman* (sie + mann); *Baron von Habenichts* (haben + nichts). Ще більш експресивними є каламбурні фразеологізми, утворені на основі асоціацій із співзвучним з власною назвою апелятивом. Пор.: *Kotzebues Werke studieren; den heiligen Ulrich anrufen; Karl Keuchhusten und seine Asthmatiker* (див. Додаток Б, табл.Б.1).

2.2.2 Топоніми у складі фразеологічних одиниць

Як відмічають лінгвісти (W. Fleischer, Д.Г. Мальцева, Földes Cs.), група топонімічних конструкцій у складі сучасної німецької мови не є багато чисельною. Традиційно німецьку топонімічну фразеологію репрезентують ойконіми – назви адміністративних одиниць: країни (Ländername), міста (Ortsname), села (Dorfsname); рідше зустрічаються гідроніми — назви водних об'єктів (Hydronyme) та астроніми - назви небесних тіл (Astronyme) і лише в поодиноких випадках – ороніми – назви гірських об'єктів (Gebirgsname).

У значенні топоніма В.А. Ніконов виділяє три плани: дотопонімічне, онімічне та посттопонімічне, які є принципово важливими для лінгвокраїнознавства. Національно-культурна специфіка номінації проявляється в процесі топонімізації або запозиченні топонімів. Дотопонімічне значення, крім вказівки на об'єкт, включає ще й відомості про нього, його характеристику. Посттопонімічне (відтопонімічне) значення - це ті конотації, якими «обростає» топонім у національній свідомості. Воно вказує на пряму залежність топонімічної одиниці від значення мотивуючої одиниці та перебуває з нею у семантичних відношеннях твірного та мотивованого слів [43, с.4]. Особливість посттопонімічного значення полягає у тому, що воно може бути загальновідомим або, навпаки, власне індивідуальним. Індивідуальність посттопонімічного значення проявляється у тому, що кожний носій мови може мати свою власну інформацію про позначуваний об'єкт. Значення власної назви як білатерального знака є конвекційним відносно загальної назви і представляє доономастичне значення, яке виступає основним мотивуючим чинником у процесі номінації.

У складі німецьких фразеологізмів можна зафіксувати три розряди географічних назв: назви реально існуючих об'єктів, назви ірреальних (міфологічних) об'єктів та назви вигаданих об'єктів (квазітопоніми). В основному фразеологічні одиниці включають назви вітчизняних (німецьких) (*Leipzig, Kassel, Potsdam, Meißen, Schilda, Buxtehude*) а також зарубіжних міст

(*Rom, Venedig, Madrid, Athen, Warschau*). Наприклад: *Jemand ist nach Rom gereist* – народити дитину; *aus Schilda stammen* – бути простофілею; *ab nach Kassel!* – «Геть звідси! Скатертю дорога!».

Зазначимо, що до складу ад'єктивних ФО входять переважно назви країн. У складі таких фразеологізмів топонімічний компонент розвиває значення близькі до апелятивних. Пор.: *eine spanische Wand* – ширма, перегородка; *polnische Wirtschaft* – безлад; *chinesische Höflichkeit* – китайські церемонії; *ägyptische Plagen* – нестерпні муки; *ägyptische Finsternis* – кромішня тьма (див. Додаток В, табл.В.1).

Будучи «душею будь-якої якої національної мови, в якій неповторним чином відображаються дух та своєрідність нації» [44, с. 82], фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом зберігають у своїй внутрішній формі культурну інформацію і є фрагментом мовної картини світу. В них, як в дзеркалі, відображаються історія даного народу, історія заселення та освоєння даної території [69, с. 84]. Фразеологізми з топонімами відображають різні історичні події у житті країни. Наприклад: *Nürnberger Gesetze* – нюрнберзькі закони (расистські закони фашистської Німеччини 1935р.); *die Sonne von Austerlitz* – "гіркота поразки" (під Аустерліцем австрійсько-пруські та російські війська зазнали поразки від армії Наполеона) (див. Додаток В, табл.В.1).

Наявність топонімічного компоненту у таких фразеологізмах вказує на генетичну належність фразеологізмів до німецької мовної культури, на відміну від таких виразів, як *den Rubikon überschreiten/übertreten* – перейти Рубікон, зробити рішучий крок; *Lethe trinken* – канути в Лету; *sein Waterloo erleben* – зазнати поразки у вирішальній справі, які належать до групи міжкультурних. Підлягаючи мінімальному переосмисленню, топонімічний компонент таких фразеологізмів надає їм більшої конкретності та локальної детермінованості, а також може виконувати функцію часового мотиватора [46, с. 1-18]. На відміну від антропонімів, які можуть підлягати повному семантичному спрощенню, більшість

топонімів, маючи опору в реальній дійсності, зберігають відчутний зв'язок із своєю основною семантикою [1, с. 63]. Як вказує В.В. Бєленькая, крім вказівки на об'єкт у багатьох топонімах простежуються додаткові значення, пов'язані із характеристикою об'єкта, ідеологічним, емоційним забарвленням імені. Інакше кажучи, в процесі найменування відбувається не лише денотація, але й конотація привнесення додаткових обертонів, співзначень [11, с. 221].

В результаті переосмислення відбувається докорінна перебудова античної структури топонімів: актуалізація індивідуальних емотивно-логічних сем імені та деактуалізація інтегральних (власна назва, одиничність) та диференційних сем (локальність, топонім), що веде до перетворення топоніма в апелятив [73, с. 10]. При цьому основною для топоніма стає функція характеристики позначуваного об'єкта. Як засвідчують факти мови, найбільшому переосмисленню підлягають топоніми народно-розмовних фразеологізмів. Тут топоніми набувають найрізноманітніших конотацій. Наприклад: *mit Spreewasser getauft sein* – бути родом з Берліну; *in den Mond gucken/sehen* – лишитися ні з чим, піймати блазня; *jemand ist nicht wert, dass ihn die Sonne bescheint* – ледар; *jemanden auf den Bocksberg wünschen* – послати когось до дідька.

Ступінь абстракції топонімічного компоненту може збільшуватися чи зменшуватися, наближаючись до нуля. В основі цих змін лежить зв'язок між конкретним позначенням денотата та абстрактним поняттям. Коли цей зв'язок остаточно втрачений, то топоніми виконують функцію займенникових прислівників "тут", "там", невизначено вказуючи на місце, де відбувається подія. Пор.: *Bring eine Katze nach England, sie wird miauen* – прик. І у Парижу не зроблять з вівса рижу (див. Додаток В, табл.В.1).

Коли топонімічний компонент не характеризує денотат, а лише ідентифікує його, він виконує дейктичну функцію. Пор.: *Es so machen wie die Frau aus Neuwied* – чинити на власний розсуд.

Набуваючи максимуму десемантизації, топонімічний компонент у складі фразеологізму може бути замінений іншим, або навіть апелятивом. Пор.: *das Wasser in die Limmat / Elbe / Reuss / den Rhein / ins Meer / in den Brunnen tragen* – прик. у море воду лити; *bis dahin läuft noch viel Wasser in die Elbe / den Rhein / die Spree herunter* – прис. до того часу ще багато води втече (див. Додаток В, табл.В.1).

Топонімічні каламбури відзначаються високим ступенем експресивності та емоційності і свідчать про семантичну насиченість топонімів. Їх основна функція — характеристика об'єкта. Через фразеологічні образи передаються здебільшого негативні ознаки. Пор.: *nicht von Gebersdorf sein* – бути скупим; *aus / vom Dummsdorf / Dummbach sein* – бути обмеженою людиною; *hier ist nicht Kostnitz / Kostnix* – тут нічого не отримаєш дарма; *nach Bettlach / Bettingen / Federhausen gehen* – йти спати; *er ist Borneo* – про чванливу, горду, тупу людину (*borniert, eingebildet, engstirnig*); *auf der Wartburg sitzen* – чекати (див. Додаток В, табл.В.1).

2.2.3 Фразеологічні одиниці з агіонімами та хрононімами

Проблеми взаємодії мови і культури, впливу етнокультурних та етнопсихологічних чинників на мовні процеси передбачають опрацювання питань текстової компетенції народної культури, народної психології, міфотворчості, з включенням у поле зору таких об'єктів позамовної дійсності, як побут, природа, обряди, традиції, міфічні образи тощо у категоріях мовленнєвих стереотипів [28, с. 10]. З огляду на це цікавими є фразеологічні одиниці з іменами святих, назвами свят, днів тижня та місяців. Первинними денотатами агіонімів (назв святих) були конкретні люди з певними іменами. З часом первісне значення конкретної власної назви втрачалося, і з цими іменами почало пов'язуватися вторинне значення одиничного, специфічного. Ці антропоніми трансформувалися у хрононіми — власні назви часових понять та почали співвідноситися з певною

порою року, з певними днями - святами [47, с. 169-170]. Наприклад: *der Martin kommt auf dem Schlitten geritten* – про сніг у листопаді (день святого Мартіна святкують 11 листопада), *Martin wirft mit Nüssen* – про сильний вітер у листопаді, який зриває з дерев горіхи, *St.Klemens uns Winter bringt* – 23 листопада, день святого Клементя, символізує початок зими. З іменами святих пов'язані народні уявлення про зміну пір року, про погоду, майбутній урожай тощо. Наприклад: *nach Matthäis geht kein Fuchs mehr über Ei*; *St. Andreas macht das Eis*, *St.Georg bricht es*. Вважалося, що перші ознаки весни з'являються вже на стрітень – ліхтмесс (Maria Lichtmess), 2 лютого. В цей день селяни починали готуватися до весняно-польових робіт. Перевагу на стрітень надавали холодній погоді. Вважалося, що краще побачити вовка, ніж сонце: *Lichtmess im Klee*, *Ostern im Schnee*. У Вестфалії та деяких інших землях початком весни вважали 22 лютого (день святого Петра). Хоч в цей день ще холодно, все вказує на наближення весни: *St. Petri Stuhl den Frühling winkt*; *St. Peter stüsst den Brand in die Erde*. Багато сільськогосподарських прикмет пов'язані з днем святого Віта (hI.Veit – 15 червня). Вважалося, що це найкращий час для посіву льону та ячменю

Wer Lein säet nach Vit,

Geht die Saat quit,

Wer ihn säet vor Medar —

Ist ein Narr (див. Додаток Г, табл.Г.1).

Цей день вважали також зміною пори року: *Sankt Veit ändert sich die Zeit und die Blätter wenden sich auf die andere Seit*. Багато прикмет метеорологічного та сільськогосподарського характеру пов'язані з Івановим днем (21 червня). Вважалося, що до Іванового дня дощі потрібні, а після від них лише шкода: *Was der Juni beregnet, er auch segnet*. Найбільша кількість звичаїв та прикмет припадає на день святого Андрія (30 листопада). Вважалося, що *Kathe wäscht, Andreas trocknet* (день святої Катерини - великомучениці 25 листопада); *St. Andreas macht*

das Eis, St. Georg bricht es; Andries bringt den Winter gewiss; Andreas Misse kommt der Winter gewisse.

Іноді назви святих вживаються для створення метафоричних зворотів жартівливого характеру: *bei Sankt Veiten!* – «Сто чортів!»; *dass dich Sankt Velten ankomme!* – «Дідько б тебе побрав!»; *Petrus meint's gut (mit uns)* – розм. погода гарна, погода сприяє нам; *Peter lässt Wasser* – розм. йде дощ; *mit ihm ist (es) Matthäi am letzten* – розм. його справи погані, він недовго протягне, він доживає останні дні; *die Schlüssel Petri suchen* – сподіватися на хорошу погоду; *Petrijünger sein* – бути завзятим рибалкою; *das ist Matthäi am letzten* – розм. далше цього неможливо, це крайній термін; *bei Petrus anklopfen* – евф. померти; *bei ihm ist (es) Matthäi (Matthäus) am letzten* – розм. у нього в кишені пусто, у нього закінчилися усі гроші. Стійкі порівняльні звороти з компонентами – іменами святих створюють фразеологічні образи великого емоційно-експресивного забарвлення: *lang wie ein Johannistag* – розм. довгий як Іванів день (24 червня); *arm wie Lazarus* – бідний як Лазар (див. Додаток Г, табл.Г.1).

Національно-культурно забарвленими є також фразеологізми з компонентами – днями тижня, назвами місяців та пір року. За даними досліджуваного в цій роботі матеріалу образно позначеними виявилися німецькі дні тижня понеділок та неділя. Так, вираз *der blaue Montag* має в німецькій мові свою історію. Спочатку йшлося про останній масничний поділок перед великим постом, який був вихідним днем. В цей день католики прикрашали вітвар блакитною тканиною. Згодом традиція неробочого "вихідного понеділка" набула нового тлумачення у зв'язку з цеховою діяльністю. Понеділок був традиційним днем для усіх цехових зборів, і, коли постало питання надання робітникам додаткового вихідного дня, то вибір припав на понеділок. В сучасній німецькій мові в іронічному значенні вживається фразеологізм *blauen Montag machen/halten*, який має значення "прогулювати, не виходити на роботу (після свят, після неділі)". Реалізуючи негативні емоції, компонент Montag вживається також у прислів'ї *Montag blau, Dienstag Hunger*. Фразеологічне маркування неділі

виявлено у цілій низці зворотів. Насамперед, це фразеологізми на позначення певних днів-свят: *der silberne Sonntag* – передостання неділя перед Різдвом, неділя третього адвента; *der goldene Sonntag* – остання неділя перед Різдвом, неділя третього адвента; *kupferner Sonntag* – третя неділя перед Різдвом, неділя другого адвента; *Palmsonntag* – вербна неділя; *der weiße Sonnttag* – неділя після Пасхи (в цей день відбувалася конфірмація і дівчата вперше одягали довгі білі сукні; пор.: рос. "фомино воскресенье"). Інші фразеологічні одиниці є метафори, які мають, здебільшого, повчальний характер: *Alle Tage ist kein Sonntag* – розм. Не все коту масляна, буде і великий піст; *sich einen Sonntag machen* – зробити собі свято (вихідний день); *Wie der Montag auf den Sonntag klappen* – розм. йти як по маслу, вдаватися; *Wer alle Tage feiert, fragt nicht nach dem Sonntag*; *Ein guter Sonntag will einen guten Montag haben* (див. Додаток Г, табл.Г.1).

В німецькому календарі важливе місце займали релігійні свята, що знайшло своє відображення у мові. Назви релігійних свят входять до складу багатьох фразеологізмів. Найбільшим святом у Німеччині є різдво: *über Weihnacht kein Fest, über des Adlers kein Nest* – присл. немає свята, більшого, ніж різдво, як немає гнізда, вищого, ніж у орла. Значущість цього свята пояснюється тим, що ще до XVII ст. воно було початком року, а в далекому минулому у древніх германців на цей час припадало свято середини зими – *Mittewinterzeit*. Темою різдвяних свят мотивовані фразеологізми *weiße Weihnachten* – біле різдво (говорять, коли на різдво випадає сніг); *grüne Weihnachten* – розм. зелене різдво (говорять, коли на різдво немає снігу); *sich freuen wie ein Kind auf Weihnachten* – дуже радіти чому-небудь; *deine Sorgen wünsche ich dir zu Weihnachten* (австр.) – розм. твої хвилювання нічого не варті; *lieber zehn (fünf) Jahre nichts zu Weihnachten!* – Мені це не потрібно! (вигук відхилення, запевнення). Улюбленими святами є у німців також Великдень (*Ostern*), трійця (*Pfingsten*), масляна (*Fasching, Fastnacht, Karneval*). Багато прикмет пов'язані з цими святами: *grüne Weihnachten* – *weiße Ostern* – безсніжне Різдво; пізня зима - пізня весна;

В основу ряду зворотів покладено традиції, пов'язані із святкуванням того чи іншого свята. Так, на трійцю, особливо в південній частині Німеччини, існував звичай прикрашати вінками худобу. Цій традиції запов'язаний своїм походженням зворот *geschmückt sein wie ein Pfingstochse* – розм. бути одягнутим без смаку. Будучи стрижневими словами таких фразеологізмів, ономастичні компоненти не лише виконують функцію хрононімів, але й зазнають семантичних перетворень, які базуються на метафоричному перенесенні ознак певного святого або свята.

У вигуківих зворотах власноіменний компонент є семантично спустошеним і підлягає повній десемантизації: *ich haue dir 'runter, dass du denkst, Ostern und Pfingsten fallen auf einen Tag* – розм. «Я тебе так трісну, що ти світу білого не побачиш!» (див. Додаток Г, табл.Г.1).

У багатьох народів є свої жартівливі свята, під час яких можна не лише повеселитися, але й поглузувати з кого-небудь, розіграти кого-небудь. Європейський звичай розігрувати людейі один одного 1 квітня пов'язаний зі зміною календарної системи за "юліанським" принципом. За часів правління Ромула, засновника Риму, квітень вважався другим місяцем року (всього було 10 місяців). З латинської квітень (*aprilis*) значить "той, що відкриває", тобто місяць, коли прокидається природа, місяць весняного рівнодення. Це було свого роду свято Нового року. Коли за наказом короля Карла IX в 1564 р. зі зміною календарної системи початок року у Франції був перенесений на 1 січня, першоквітневий Новий рік став неофіційним, "несправжнім" [45, с. 54]. В середньовічній Німеччині 1 квітня давали один одному такі "доручення", як роздобути десь гусячого молока, півнячих яєць, сушеного снігу. Цей день став "днем усіх дурнів". Першоквітневу тематику відтворюють такі фразеологічні одиниці, як: *Heute ist doch nicht der 1. April* – розм. сьогодні не перше квітня (мене не обдуриш); *jemanden/einen in den April schicken* – розм. обдурити кого-небудь, поглузувати з кого-небудь; *der Aprilnarr* – розм. обдурений з першим квітня (першого квітня) (див. Додаток Г, табл.Г.1).

В результаті народних спостережень за погодою та майбутнім урожаєм з'явилися фразеологізми: *Was der August nicht kocht, lässt der September ungebraten* – Літній день рік годує; *Mai kühl und naß, füllt der Bauer Scheuer und Fass* – прик. Травень холодний – рік хліборобний; *Wer im Heu nicht gabelt, in der Ernte nicht zappelt, im Herbst nicht früh aufsteht, seh' zu, wie's im Winter geht; April, April, der macht, was er will; Der Sommer sorgt für den Winter, und der Winter für den Sommer; Frauengunst und Aprilwetter sind veränderlich* (див. Додаток Г, табл.Г.1).

Отже, фразеологізми з іменами святих, назвами свят, днів тижня та місяців утворюють чисельну та цікаву групу стійких сполук та прикмет, у складі яких власні назви зазнають семантичних перетворень та розвивають темпоральні значення

2.2.3 Ергоніми у складі фразеологічних одиниць.

Ергонімія – група власних назв організацій, виробничих і суспільних об'єктів. Ця група налічує величезну кількість найменувань — це власні назви ділового об'єднання людей у виробничій, культурній, політичній, науковій, торговельній, спортивній та інших сферах, зокрема й найменування спілок, організацій, установ, корпорацій, підприємств, закладів, гуртків, акціонерних товариств, брокерських, комісійних, промислових, торговельних, транспортно-експедиційних, транспортних та інших фірм, командитних товариств, концернів, кооперативів, господарчих корпорацій, товариств з обмеженою відповідальністю, повних товариств, рекламних і рекламно-інформаційних агентств, сумісних підприємств, товарних бірж, торговельних домів, фінансових груп, фінансових компаній тощо.

Термінологія в ономастиці на сучасному етапі ще не до кінця сформувалася, через це є необхідність в уточненні лінгвістичного статусу ергоніма. Так, аналізуючи ділові об'єднання людей, дослідники використовують різні терміни.

Скажімо, ергонімом оперують у своїх дослідженнях Л.Н. Соколова, О.А. Трифонова, М.В. Шимкевич, А.В. Беспалова, Т.Ю. Ковалевська, А.В. Кондратова, Б.І. Маторін, З.І. Бузинова, О.Ю. Карпенко, О.Г. Мікіна, Є.С. Отін, Н.В. Подольська, Т.П. Романова та ін.

Однією з перших цей термін на слов'янських теренах використала дослідниця Н.В. Подольська і розкрила його значення так: «*ергонім* — це назва ділового об'єднання людей, зокрема спілки, закладу, коорпорації, підприємства тощо». О.Ю. Карпенко трактує ергоніми як «власні назви розмаїтих об'єднань людей, як вони шикуються в мозку індивіда». На її думку, у визначенні ергоніма як власного імені ділового об'єднання людей слово *ділового* є зайвим, оскільки воно вносить певну плутанину в ономастичну термінологію. О.Ю. Карпенко вдало зауважує, що релігійні об'єднання, навчальні заклади — від дитсадків до університетів — не можна кваліфікувати як ділові. Натомість вона пропонує визначати ергоніми як назви усіляких об'єднань людей, не тільки ділових.

Деякі мовознавці взагалі не використовують для позначення цієї групи слів окремих термінів, а застосовують описові назви, наприклад, *назва комерційного підприємства* («Friedrich Krupp AG Hoesch - Krupp»), *власне назву установ* («Schweighofer's»). Однак така полілексемність не характерна для термінології, оскільки вона, зазвичай, асоціюється із лаконічністю.

О.І. Белей уводить в науковий обіг термін *фірмонім* на позначення «власної назви комерційно-виробничого об'єднання людей». Ця одиниця утворена від слова *фірма* «організація, що веде господарську діяльність» + *онім*. Вибір терміна дослідник обґрунтовує етимологічною прозорістю, повнотою та точністю передачі позначуваного об'єкта, зауважуючи, що його вживання не порушує системність німецької ономастичної термінології. Так, згідно з поглядами вченого, на позначення поняття «*власна назва некомерційно-виробничого об'єднання людей*» найчастіше вживається термін ергонім, використання якого нам бачиться доречним лише у ролі інтегрального, загальновидового терміна на

позначення всіх відомих об'єднань людей. Термін ергонім не може підмінити потреби у спеціальних термінах, які увиразнювали б суттєві відмінності між видами різних об'єднань людей і відображали б структурованість та ієрархічність поняття «*власна назва об'єднання людей*». Обумовлюючи доцільність цього терміна, автор доводить, що від лексичної одиниці *фірмонім* легко утворити назву підрозділу ергоніміки, присвяченого вивченню власних назв комерційно-виробничих об'єднань людей, – *фірмоніміка*, назву сукупності фірмонімів – *фірмонімія*, *фірмонімікон*.

О.В. Суперанська виділяє власні назви комплексних об'єктів, зокрема назви підприємств, установ, товариств, об'єднань. Проте у своїх наступних роботах такі назви дослідниця трактує як комплексні ергонімні об'єкти, а також ергоніми.

Через те, що ергоніми охоплювали велику кількість різноманітних найменувань, згодом були спроби їх розмежувати. Наприклад, Ю.В. Вайрах за локалізацією об'єктів розрізняв:

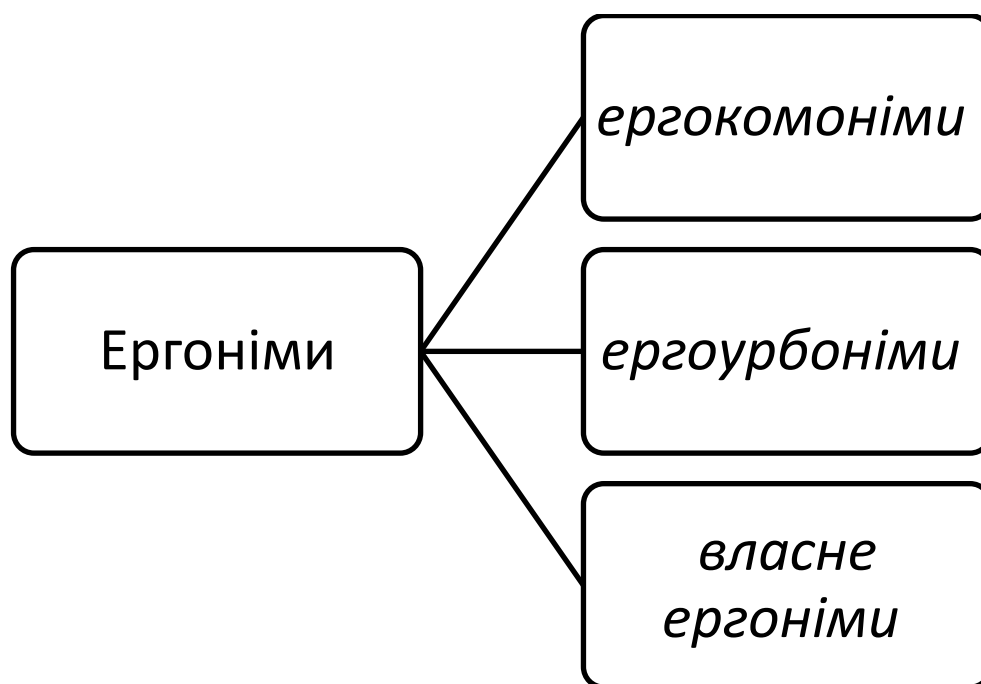


Рис. 2.2.3.1

Власне ергоніми (назви установ, які не прив'язані до певної території), *ергоурбоніми* (назви локалізованих міських підприємств) і *ергокомоніми* (назви локалізованих сільських підприємств).

Деякі критерії та основи поділу намагався подати у своїй монографії М.М. Торчинський. Він диференціював ергоніми на три групи:

1) *Колективоніми* — власні найменування колективів, зайнятих у сфері виробництва та сервісу (екіпажоніми, організаціоніми, комісіоніми, школоніми, людіаріоніми, театроніми, клубоніми; фабриконіми, базоніми, типографіоніми, журіоніми, цехоніми, юрисоніми, комерціоніми, фармаціоніми, курортоніми, таверноніми, банконіми та ін.).

2) *Конфедераціоніми* — власні назви об'єднань людей, держав та інших об'єктів за політичними, ідеологічними та іншими подібними ознаками (лігоніми, партіоніми, консорціоніми, содаліціоніми).

3) *Пресулатоніми* — власні назви керівних структур різних рівнів (міністеріоніми, регнатороніми, коетоніми).

Зрозуміло, що значне розмаїття денотатів передбачає поділ ергонімів на низку підгруп, однак це зробити нелегко, по-перше, через уже вказану різноплановість об'єктів, які іменуються, по-друге, через ономастичну омонімію, сутність якої полягає у збігові в одному терміні різних понять.

За способом втілення ознаки у назві мотивовані ергоніми розподіляються на реально й умовно мотивовані. Реально мотивовані ергоніми безпосередньо вказують на реальний факт, пов'язаний з характером діяльності підприємства та продукцією, яку воно випускає, з його місцезнаходженням, з належністю окремій особі чи групі осіб («*Ronax*» — магазин автозапчастин). Умовно мотивовані ергоніми ґрунтуються на асоціативних зв'язках, які містять лише натяк на ознаки чи характеристики назви («*Gedächtnis*» — ритуальні послуги). Рецесивні ергоніми не містять інформації про предмет номінації і найчастіше репрезентовані штучно утвореними словами, побудованими шляхом механічного поєднання або комбінацією літер. Вони характеризуються не відсутністю мотиву номінації, а його прихованістю («*Triumph International*» — рекламні послуги)

У структурному плані однією з найповніших є класифікація мовознавців О.В. Карпенко і Ю.І. Дідур. У своїй праці вони розподіляють ергоніми на:

1) **Однокомпонентні**, до яких відносяться ергоніми, які виражені непохідними та простими похідними словами. Наприклад, такі назви закладів харчування, як «*Lokale*», «*Kneipe*» виражено простими непохідними словами. Серед простих похідних ергонімів переважають афіксальні власні назви, переважно суфіксальні, на кшталт «*Bierkeller*». Складні ергоніми є досить поширеним структурним типом цього класу власних назв. Переважно було виокремлено власне композити та афіксальні композити («*Biergarten*», «*McDonald's*»).

2) **Двокомпонентні**, до яких входять словосполучення різної структури: прийменник + іменник («*In freier Natur*»), прийменник + числівник («*Nach 8*»), прикметник + іменник («*Deutsch Boxer*»), іменник + іменник («*Pulfer Turm*»), числівник + іменник («*Zwei Schwerter*») та ін.

3) **Багатокомпонентні**, які становлять найменшу частину. Ергоніми-речення можуть відноситися як до двокомпонентних, так і до багатокомпонентних («*Ritter Sport Bunte Schokowelt*»). Багатокомпонентними можуть також бути словосполучення ускладненої структури [23, с. 197-199].

ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

У другому розділі було досліджено особливості функціонування ФООК у сучасній німецькій мові. Було виявлено, що національно-культурна специфіка членування світу - виділення у ньому суттєвого для даного народу, його матеріальної та духовної культури явищ, співвідносе з об'єктивним планом значень, утворює картину світу. Уявлення загальної картини світу за допомогою мови слугує мовною картиною світу. Мова - дзеркало народної культури, народної психології та філософії.

У кожній мові є слова, які позначають явища, пов'язані зі свідомістю, духовним світом, психікою носіїв мови. В значенні цих слів, окрім раціональних інформативних чинників, присутні конотативні аспекти, і інтерпретуються як додатковий зміст слова (чи виразу), його супровідні семантичні чи стилістичні відтінки, що накладаються на його основне значення, служать для вираження різних експресивно-оцінних обертонів і можуть надавати висловлюванню піднесеності, грайливості, вимушеності, фамільярності. Ми дійшли висновку, що найбільш яскраво та багатогранно національну специфіку життя і побуту того чи іншого народу відображає фразеологічний фонд мови. Факти історії країни, географії, економіки, образу життя - всі вони представлені у семантиці багатьох фразеологізмів.

Дослідження засвідчило, що за частотністю вжитку в межах даної роботи доречно виділити чотири масивні групи: ФО з антропонімічним, топонімічним, агіонімічним та хрононімічним (одна група) і ергономічним компонентами.

Дослідження різних видів онімів дало змогу визначити, що на сьогодні яскравими лексичними компонентами національно забарвлених фразеологізмів є власні назви, які відіграють важливу роль у системі мови та культури, сприяють виявленню національно-культурних особливостей певного народу та виконують роль орієнтира у часі та просторі. Власні назви не можуть бути просто "мітками",

оскільки в семантиці імені проявляється те загальне, що може абстрагуватися, що відображає дійсність, складаючи єдність загальних та індивідуальних рис характеру людини, предмета чи явища. Було представлено, що в семантиці антропонімів ми виділяємо граматичне значення, понятійний зміст, який формується під впливом реальної дійсності, конотації, що утворюються в результаті впливу реальної дійсності як соціуму, асоціативне поле та національно-культурну семантику. Власні назви дають можливість, в єдності з мовним контекстом, дослідити історію народу, його світогляд, історію мови та перетворення конкретного значення в образ, в символ.

Також було наведено характеристику фразеологізмів з топонімічним, агіонімічним та хрононімічним, ергономічним компонентами. Розглянули їх особливості з погляду семантики та визначили їх лінгвокогнітивний та етнолінгвістичний аспекти. Основні положення та висновки розділу висвітлено в публікаціях авторки [48, с. 65-67].

РОЗДІЛ 3 Структурно-семантичний аспект фразеологізмів з ономастичним компонентом.

3.1 Особливості структури фразеологізмів з ономастичним компонентом

Власні назви належать до лінгвістичних універсалій, оскільки існують у всіх мовах світу. Але в кожній окремо взятій мові вони мають свої специфічні ознаки: набір домінантних рис, характерні фонетичні, морфологічні, стилістичні трансформації, комплекти словотвірних засобів з певною продуктивністю тощо. З іншого боку, потрібно визначити особливості онімів як компонентів лексичної системи мови, що є специфічною за лексико-семантичною структурою, спрямованою на індивідуалізацію об'єкта, його виділення серед інших денотатів.

Зважаючи на традицію визначати особливості онімів в їх протиставленні з апелятивами, сформувалось уявлення про власні назви, як неповноцінні загальні з гіпертрофованою номінативною функцією, що не мають смислової структури і не виражають поняття, притаманні загальним назвам.

Структурним компонентом досліджуваних фразеологізмів виступають власні назви, особливо обширною групою є фразеологізми з антропологічним компонентом [38, с. 115]. Однією з відмінних рис ФО зі власними назвами у лексичному складі є те, що вони часто мають вузьку асоціативну здатність. Дієслівні ФО або позначають конкретні життєві ситуації: *ich will Emil (Hans, Kasper, Matz) heissen, wenn ...* («назви мене дурнем, якщо...»), *jn zum Otto (zur Minna) machen* («насварити когось»), або характеризують принципи поведінки людей: *den Otto machen* («прикидатися ображеним»), *den müden Heinrich spielen* («вішати ніс»).

Субстантивні ФО, що відносяться до інтегральної семи одухотвореності, передають, як правило, різні властивості людей. При цьому найчастіше вони служать для образного позначення людини, наділеної певними якостями або характеристиками: *Hanswurst* (простак), *ein sanfter Heinrich* (скромна людина),

doller Otto (сміливець), *ein vergessliches Lieschen* (забувака), *eine liederliche Liese* (нечупара). Зневажливий відтінок двох останніх ФО має екстралінгвістичні причини: ім'я Лізі було характерно для простолюду, часто цим ім'ям називали домашню прислугу.

При утворенні ФО із власними назвами важливу роль відіграє фонетичний чинник: фразеологізми ґрунтуються на звукових асоціаціях, алітерації та рими. Алітерація утворюється повторенням однакових звуків на початку слів, які складають стійке словосполучення: *es ist Hans wie Heine* («що Ганс, що Гейне», тобто «все одно»). Риму утворюють співзвуччя закінчень слів: *Hinz und Kunz* («Хінц і Кунц», тобто «перший зустрічний»), *Nachgerade kommt Hans ins Wams* («поспішиш – людей насмішиш»).

У алітерації та рими виражається ступінь музичної чуйності народу, його несвідоме прагнення до повноти і краси звуку. Семантична специфіка ФО, заснованих на алітерації і рими, полягає у відсутності у них перенесення найменувань, тобто ім'я не запозичується одним денотатом у іншого, як це буває у випадку обумовленої номінації (метафора, метонімія, гіпербола, евфемізм). Компоненти ФО даного типу не зустрічаються у вільному вживанні, вони не мають омонімічних лексичних одиниць.

Можлива також побудова ФО, заснована на грі слів або редуплікації. «Етимологічні омоніми, що виникли в результаті випадкового збігу, мають (в силу розірваності своїх значень) блискучі каламбурні можливості» [81, с. 44]. У ФО *Klärchen meint es gut* («погода хороша») каламбур будується на поєднанні уявлень, що створюються словами *klar* (ясний) – *Klärchen* (Кларочка). Вираз вживається для посилення виразності мовлення і створення комічного ефекту. Редуплікація спостерігається у ФО *Otto-Otto* (молодець).

Існують вигуківі ФО з антропонімом: ФО *auch, du liebes Lieschen* («о, Боже») передає здивування; ФО *von wegen Otto* («ні в якому разі») вживається для вираження волевиявлення. У даному випадку важко визначити, які елементи змісту ФО виражаються структурою, а які – лексикою. Тому можна говорити про особливу лексико-граматичну ідіоматичність подібних вигуківих ФО.

У лексико-структурний склад ФО входять і високочастотні німецькі прізвища – *Müller, Schmidt, Meyer, Meier: nicht zu Schmidtchen gehen, sondern zu Schmidt* («звертатися відразу до вищестоячої інстанції»), *Lieschen Müller* («обиватель»), *Ich will Meier heissen, wenn ...* («назви мене дурнем, якщо ...»). Німецьке прізвище Майер може бути написане по-різному – *Meier, Maier, Mayer*.

Як правило, фразеологічні звороти мають постійний склад компонентів, що дозволяє їм функціонувати у якості самотійних одиниць мови, незважаючи на формально структурну роздільність. Втім серед ФО з онімами у лексико-структурному складі існують вирази, один з компонентів яких (зазвичай це – антропонім) допускає взаємозаміну: *jn zum Otto (zur Minna) machen; ich will Hans (Emil, Kasper, Matz) heissen; schnelle(r) Otto (Katherine)*.

Цей факт дозволяє говорити про знижений ступінь лексичної стійкості компонентів в досліджуваних ФО. Стійкі словосполучення даної групи частіше утворюють варіанти. Під варіантами традиційно розуміються звороти, які «семантично повністю збігаються, але відрізняються або граматичним оформленням, або наявністю (відсутністю) семантично порожніх компонентів, або, нарешті, власне варіативними компонентами» [74, с. 336], що дає їм можливість стати взаємозамінними без шкоди для змісту висловлення у будь-яких контекстах. Для ФО з антропонімом у якості ведучого компонента характерний, як бачимо, останній тип варіантів, тобто компонентні варіанти.

Окрім того, можна класифікувати всі німецькомовні фразеологізми з ономастичним компонентом за структурним поєднанням власних назв з іншими компонентами у фразеологізмах. Відповідно до цього критерію. Всі фразеологічні одиниці були розподілені нами з урахуванням здобутків дослідника В. М. Кам'янця [25] на:

- 1) іменний тип словосполучень: *ungläubiger Thomas, grüne Minna* тощо;
- 2) дієслівний тип словосполучень: *den dicken Wilhelm machen, den alten Adam abstreifen* тощо;

3) прості розповідні речення: *Jeder Hans findet seine Grete; Es ist mir Hans wie Heine* тощо;

4) окличні й запитальні речення: *Du bist mir der wahre Jakob! Was ist es denn für ein August?*

5) складнопідрядні речення: *Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr;*

6) вигуки: *Mensch Meier! Ach, du liebes Lieschen!*

Загалом же, фразеологізми, які містять власні назви, не утворюють з точки зору структури окремої групи та, власне, не відрізняються від фразеологізмів інших типів. Наявність фразеологізмів такого виду дає можливість виділити їх в окрему групу та проаналізувати з етимологічної та семантичної точки зору.

3.2 Семантика фразеологізмів з ономастичним компонентом

Зміст фразеологізмів кожної мови залежить від історії, культури, літератури та традицій певного народу як жоден інший компонент її лексичного складу. Це, в першу чергу, помітно на прикладі фразеологізмів, які містять власні назви. Серед них є такі ідіоматичні вирази, зміст яких відображає певні факти вже частково забутого минулого, інші нагадують про давні легенди, традиції, літературні твори певного народу.

З одного боку, інколи дуже легко пояснити етимологію таких зворотів, з іншого боку, буває не так легко відстежити й пояснити історію виникнення більшості таких фразеологізмів й, відповідно, їх значення. Тому необхідна класифікація, яка систематизувала б джерела походження таких фразеологізмів. О.Ф. Кудіна та Г. Штарке виокремлюють п'ять основних джерел [96].

1. Антична міфологія, наприклад, *Fische zum Hellespont bringen* («робити марну роботу»);

2. Біблійна або євангелічна міфологія, наприклад, *babylonische Sprachverwirrung* («вавилонське стовпотворіння», у значенні «безлад», «беззмістовна розмова»);

3. Легенди, казки, фольклор, наприклад, *jemanden auf den Blocksberg wünschen* («послати до біса»; оскільки Блоксберг – це назва гір в Німеччині, де за народними повір'ями збираються відьми на шабаш);

4. Художня література, наприклад, *Eulenspiegel machen* («пустувати»); *eine Gretchenfrage stellen* («ставити принципове питання»);

5. Історичні події, з якими пов'язана якась особа чи географічний об'єкт, що мають певні характерні ознаки, наприклад, *den Rubikon überschreiten* («перейти Рубікон», у значенні «зробити вирішальний крок»); *den Vesuv zuzuschütten* («забути щось»).

Ц. Фелдес [93] розрізняє за етимологією власних назв шість груп фразеологізмів:

1) ідіоми, які містять назви німецьких реалій, наприклад, *Nürnberger Trichter* – «нюрнберзька воронка» (чарівний засіб, за допомогою якого можна без зусиль здобути знання);

2) фразеологічні словосполучення з власними назвами, які виникли за межами Німеччини – в Австрії або Швейцарії, наприклад, *Wasser in die Limmat / Reuß tragen* (робити щось непотрібне, зайве, марну роботу);

3) поєднання фразеологічних зворотів з назвами не німецьких (іншомовних) реалій, наприклад, *guter Onkel aus Amerika* (добрий дядько з Америки, багатий родич);

4) ідіоматичні конструкції, запозичені з інших мов, наприклад, *da ist Holland in Not / in Nöten* (панує нужда, нестатки, злидні, біда); *Gang nach Kanossa* (покірно просити пробачення, принижуватись, коритись, показати розкаяння, покірно давати обіцянку);

5) мовленнєві звороти, які містять власні назви, що походять з античного казкового світу, міфології, наприклад, *Eulen nach Athen tragen* (робити щось непотрібне, зайве, марну роботу);

б) фразеологізми, які містять біблійні власні назви, наприклад, *über den Jordan gehen* (перейти через Йордан – померти).

Одними з найбільш частотними фразеологізмами з ономастичним компонентом є ті, які включають імена людей та прізвища (або прізвиська). Поширеними є чоловічі імена *Hans, Kunz, Peter, Matz, Michel, Heinrich, Otto, August* та жіночі *Minna* (від *Wilhelmine*), *Trine* (від *Katharine*), *Liese, Lotte, Grete, Frieda*.

За частотністю вжитку перше місце посідає особове чоловіче ім'я *Hans*. Антропонім *Hans* входить до складу близько 100-120 фразеологізмів [93, с. 9]. У XIV – XVII ст. ім'я *Johannes (Hans)* було найпоширенішим чоловічим іменем. Його популярність базувалася на повір'ї, згідно з яким в будинок, серед мешканців якого є *Hans*, ніколи не влучить блискавка. Частотність імені сприяла його апелятивізації. Гансом називали особу, ім'я якої не знали. Поступово антропонім набув узагальнено-абстрактного значення «людина», «чоловік»: *Hans Guckindieluft* «*jemand, der beim Gehen nicht auf den Wegachtet*»; *Hans Taps* «*ungeschickter Mensch*»; *jeder Hans findet seine Grete* «*jeder Mann findet eines Tages die zu ihm passende Frau*» [96].

Уживання чоловічих імен у фразеологічній одиниці *von Hinz zu Kunz* «від / до кожного зустрічного» (досл. «від Гінца до Кунца») зумовлене поширеністю імен Гінц (скорочення від Генріх) і Кунц (скорочення від Конрад) у часи середньовіччя. Шаблонним вираз став із 13 ст., а зневажливим – із 15 ст.: сварливі селяни звуться у байках завжди Гінц та Кунц.

Жіночі імена, що входять до складу фразеологізмів, є просторічними. Зменшувальними формами *Minna, Trine, Suse* часто називали хатніх служниць. У складі фразеологізмів жіночі імена характеризують людей за їх зовнішніми та внутрішніми ознаками: *eine liederliche Liese; feuriges Lieschen* «*ein leidenschaftliches Model*» [97].

Прізвища частково втрачають функцію ідентифікації особи та відзначаються вищим ступенем індивідуалізації, ніж особові імена. Детерміновані прізвища, як правило, позначають історично відомих осіб, набувають історичних

та оцінних співзначень. Вони передбачають актуалізацію позамовної інформації про конкретну особу.

Так, в основі виразу *mein Name ist Hase, ich wohne im Walde (Busch) und weiß von nichts* (розм.) «і я не я, і хата не моя» лежить історія про Віктора Хазе, якого допитували в 1854–1855 рр. у Гейдельберзькому університеті. Суть справи полягає у тому, що Хазе передав одному студенту, який із-за дуелі втік до Франції, своє посвідчення. Втікач залишив посвідчення, як і було заздалегідь домовлено, на кордоні. Його знайшли та передали до університету. Віктор Хазе заявив під час допиту в університетському суді: «*Mein Name ist Hase, ich verneine die Generalfragen, ich weiß von nichts*». Ця фраза швидко набула популярності та у своїй скороченій формі стала приказкою.

Пояснення потребує фразеологізм *wie Zieten aus dem Busch* «раптово й неочікувано» (досл. «як Цітен з-за куща»). Генерал Ганс Йоахім фон Цітен (1699–1786), учасник Семирічної війни, став відомим своїм сучасникам завдяки ефективній та оригінальній тактиці ведення бою: гусари під його керівництвом нападали на ворога зі своїх засідок, якими слугували густі чагарники. Раптовість вирішувала долю бою на користь військ Цітена. Образ генерала, внаслідок асоціації з раптовою появою кого-небудь, набув символічного значення в німецькому етносоціумі. Закріпленню в узусі сприяв останній рядок вірша Т. Фонтане «*Der alte Zieten*»: «*Wie Zieten ausdem Busch*».

До складу фразеологізмів із антропонімічним компонентом входять детерміновані та недетерміновані антропоніми. Детерміновані імена пов'язані із конкретною історичною особою. Виконуючи роль семантичного стрижневого слова, такі антропоніми містять інформацію про конкретний денотат імені та пов'язані з ним події культурного, історичного чи побутового плану, що є необхідною умовою для розуміння значення ускладненого мовного знака. Недетерміновані антропоніми не пов'язані з реальними денотатами і співвідносяться з багатьма особами.

Конструкції з прізвищами пов'язані переважно з історичними особистостями. У фразеологізмах у вигляді речень *Dazu hat Buchholz kein Geld* –

«на це у нього (або у мене) грошей немає» (букв. «на це у Бухгольца грошей немає») або ж *Da kennen Sie Buchholzen schlecht!* «Погано ви його (або мене) знаєте», наприклад, використовується прізвище скарбника короля Пруссії Фрідріха II Бухгольца, адже колись на запит міністерства, чому в Берліні не ремонтується Довгий міст, король наклав резолюцію: *Buchholz hat kein Geld dazu*. В усталеному порівнянні *rangehen wie Blücher* «діяти рішуче» (букв. «кинутися в бій, як Блюхер») присутнє прізвище прусського фельдмаршала, який був учасником битви з армією Наполеона при Ватерлоо і є символом мужності та рішучості [12, с. 93].

Використання деяких антропонімів є незрозумілим, невмотивованим навіть для носіїв німецької мови. Наприклад, в німецькому порівнянні *frech wie Oskar* (досл. «нахабний як Оскар» у значенні «дуже нахабний») ім'я критика Оскара Блументаля (Oskar Blumental) виступає у якості інтенсифікатора названої якості – нахабності.

У німецьких фразеологізмах також зустрічаються клички домашніх тварин (переважно собак): *rangehen wie Hektor an die Buletten* (досл. «братися за справу як Гектор за рубані котлети») у значенні «енергійно братися за справу, цілеспрямовано виконувати щось»; *scharf, spitz wie Nachbars Lumpi* (досл. «жвавий як сусідський Лумпа»), тобто – «бути одержимим чимось», використовується також у значенні «сексуально одержимий».

Не менш істотну роль у складі фразеологізмів відіграють ад'єктивні деривати назв країн і народів: *(auf) französisch Abschied nehmen* «піти по-французьки, не попрощавшись»; *etw. kommt j-m. spanisch vor* «щось здається незрозумілим (або дивним, підозрілим)». Субстантивовані назви країн і народів, які лежать в основі цих фразеологізмів зустрічаються рідше: *stolz wie ein Spanier* «гордий, як іспанець»; *der reiche Onkel aus Amerika* «американський дядечко, багач».

У деяких фразеологічних оборотах зустрічаються назви населених пунктів: *seinen Tag von Damaskus erleben* «переродитися, стати іншою людиною»; назви річок: *j-d. ist mit Spreewasser getauft sein* «істинний берлінець»; «собі на умі»;

«когось не обдуриш». Топоніми, що зустрічаються у фразеології, відсилають нас до національних історичних подій: наприклад, *etwas geht aus wie das Hornberger Schießen* (досл. «закінчується як хорнбергська стрілянина») у значенні «щось зроблене з великим шумом, але яке не приносить ніякого результату». В основу цього фразеологізму покладена легенда про невдалу спробу влаштувати салют на честь прибуття курфюрста у Хорнберзі.

Під час війни північноамериканських колоній Англії за незалежність до німецького міста Кассель зганяли німецьких солдатів, проданих німецькими князями Англії [8, с. 279]. Звідси виник німецький фразеологізм: *ab nach Kassel!* «З очей геть!», «Йди геть!», «Скатертиною дорога!»; букв. «В Кассель!».

Імена у складі фразеологічних зворотів можуть зберігати своє значення, тобто залишатися онімами. У таких випадках вони найчастіше використовуються у якості порівняння: *alt wie Methusalem* «прожити Мафусаїловий вік», *Zustände wie im alten Rom* «порядки як у стародавньому Римі!». Онімічний характер виявляють також імена, які входять до складу фразеологічних зворотів та які при цьому не належать до конкретних історичних або міфологічних персоналій: *dem Peter nehmen und dem Paulus geben* «перекласти з однієї кишені в іншу»; букв. «взяти у Петра і дати Павлу».

У багатьох випадках імена в складі фразеологічних зворотів деонімізуються, тобто вони можуть тільки генетично розглядатися як імена. Процес деонімізації найбільш чітко можна простежити на прикладах словосполучень, що мають структуру прикметник + особисте ім'я: *der (ge) treue Eckart* «вірний слуга, вірний страж, вірний паж»; букв. «вірний Еккарт», *der dumme August* «клоун (в цирку)»; перен. «блазень»; *ein falscher Wilhelm* «накладна коса; накладне волосся».

Деонімізація, з одного боку, полягає у тому, що особисте ім'я використовується як узагальнююче слово для позначення особистості. У таких словосполученнях, як *der (ge) treue Eckart* або *der dumme August* зв'язок особистого імені з прикметником настільки тісний, що самі імена без прикметників викликають відповідну реакцію: Август означає «дурний», Еккарт –

«вірний» і т.п. У конструкції *ein falscher Wilhelm*, наприклад, денотат фразеологізму – це прикметник у поєднанні з особистим ім'ям; особисте ім'я при цьому не позначає людини.

У фразеологізмі *jmdm. den Schwarzen Peter zuschieben (zuspielen)* «підсовувати комусь неприємну справу; спритно звалювати провину (відповідальність) на когось; букв. – підсовувати комусь «Чорного Петера» також деантропонімізувалось за межами фразеологізму, тобто не використовується для позначення людини. «Чорний Петер» – це назва дитячої карткової гри, а також карти у цій грі. Саме у цьому значенні цей вислів і увійшов до складу фразеологічного звороту. Про деонімізацію імені свідчить невизначений артикль у звороті *aus einem Saulus zu einem Paulus werden* «із Савла стати Павлом (тобто з противника якихось поглядів перетворитися на їх ярого захисника, звідси: «переродитися, стати іншою людиною»).

Семантичне значення деонімізованих ад'єктивних дериватів назв країн і народів, які входять до складу деяких фразеологічних зворотів, також різняться. У деяких випадках деонімізований прикметник виступає у складі звороту тільки у якості додаткового підсилювача значення іменника, останній при цьому не змінюється або змінюється незначно: *ägyptische Finsternis* «єгипетська темрява, непроглядна темінь»; *ein homerisches Gelächter* «гомеричний сміх», тобто «дуже гучний сміх». У інших випадках значення прикметника значно впливає на формування значення фразеологізму: *gordischer Knoten* «гордіїв вузол», тобто «складна, заплутана, нерозв'язна справа», *trojanisches Pferd* «троянський кінь, дари данайців».

Розглянемо також можливості класифікації фразеологізмів з ономастичних компонентом відповідно до їх семантичних особливостей. Так, за створенням узагальнено-метафоричного значення у фразеологічній одиниці німецької мови з власною назвою трансформаційні механізми можуть бути розподілені за такими типами:

- 1) гіпербола: *seit Adams Zeiten*;

2) метонімія: *in Morpheus Armen ruhen; j-n mit Argusaugen beobachten; in Evakostüm;*

3) антитеза: *Hans Umfließ wird nie mehr weiß; was Hans für wahr halt, ist dem Franz kein Bargeld;*

4) контраст: *was Hänschen nicht lernt, Hans nimmermehr;*

5) метафора: *bald kommt der Storch zu Mullers; in Abrahams Schoss sitzen; das Feuer des Prometheus; ein Salomonisches Urtei;*

6) усталені порівняння: *frech wie Oskar, wie Adam und Eva;*

7) парні сполучення: *von Adam und Eva anfangen; von Adam und Eva stammen; David und Goliath; Sodom und Gomorra; Hinz und Kunz.*

За наявності культурних компонентів фразеологічні одиниці дослідження можна поділити на дві групи:

1) фразеологічні одиниці з міжнаціональними власними назвами;

2) фразеологічні одиниці з національними власними назвами.

Німецька національна культура розвивалася та розвивається під впливом релігійних уявлень. Багато фразеологічних одиниць німецької мови виникли під впливом християнства, при чому ті, які виникли на основі біблійських антропонімів можна віднести до міжнаціональних, адже Біблія – є книгою, яку читають багато народів [51].

Крім того, у ході історії людства неухильно зростають культурні контакти між народами, і міжнаціональними компонентами культур, що впливають на формування фразеології, є світова література та історія. Увійшовши в шляхом фразеологічного запозичення (основним видом якого є калькування крилатих слів), стійкі вирази цієї групи збагачують фразеологічний запас німецької мови, заповнюють лакуни в системі номінації, так як в окремих випадках не мають ані лексичних, ані фразеологічних синонімів і є єдиним позначенням тих чи інших об'єктів, або утворюють разом з вихідною лексикою і фразеологією синонімічні ряди [95, с. 80]. А фразеологічні одиниці, що виникли під впливом світової літератури та історії, підтверджують той факт, що в сучасному світі зростає

взаємодія мов без безпосередніх територіальних контактів, йдеться про так звану «культурну взаємодію» з іншими народами.

Отже, фразеологічні одиниці з міжнаціональними власними назвами поділено нами на три підгрупи:

1) одиниці, що походять з античного часу, напр. *das Feuer des Prometheus*, *Schwert des Damokles*;

2) одиниці, що утворилися під впливом християнства, напр., *von Adam und Eva anfangen*, *Daniel in der Löwengrube*, *einen von Pontius zu Pilatus schicken*;

3) одиниці, джерелом походження яких є твори світової літератури та особи, події всесвітньої історії, напр., *Wasist ihm Hekuba?*, *Potömkische Dörfer* та ін.

У той же час фразеологічні одиниці з національною власною назвою складають велику частину сучасної німецької фразеології. До національних онімів у складі фразеологізмів належать, зокрема, *Almann*, *Lenz*, *August*, *Emil*, *Fritz*, *Heinrich*, *Jakob*, *Max*, *Oskar*, *Peter*, *Ulrich*, *Michael*, *Moritz*, *Wilhelm*, *Daniel*, *Otto*, а також *Emma*, *Grete*, *Lischchen*, *Kathrin* та *Tante Meier*, напр., *Hinz und Kunz*; *derdeutsche Michel*; *der große Hans*; *blauer Heinrich* та ін.

Окрім антропонімів національно-маркованими є також фразеологізми, які містять назви топонімів, пов'язаних саме з географією німецькомовних країн. Географічні назви – це частина історії та культури народу, оскільки вони являють собою реалії, які відображають національні особливості країни. Фразеологічні одиниці з топонімом у лексичному складі містять цінний країнознавчий матеріал, який інформує про:

1) історичний та економічний розвиток країни, наприклад, *wie ein kleines Ruhrgebiet rauchen* – «диміти як маленька Рурська область», тобто «диміти як паровоз» (в основі лежить асоціація з Рурською областю як з територією високої концентрації важкої промисловості); *Bier nach München tragen* – «везти пиво до Мюнхена», тобто «займатись марною справою» (пояснюється тим фактом, що Мюнхен вважається центром броварної промисловості);

2) особливості національних повір'їв, наприклад, *geh zum Blocksberg* – «іди до біса»;

3) особливості географії країни, наприклад, *in Buxtehude* – «у Букстехуді», «дуже далеко» (передає зв'язок маленького містечка в Нижній Саксонії з поняттям про «глухий кут», віддаленість від центральних районів країни); *das wäscht ihm der Rhein nicht* – «цього не змиє з нього Рейн», тобто «його ніщо не змінить» (натяк про швидку течію головної артерії країни) [40, с. 20].

Таким чином, німецькомовні фразеологізми з ономастичним компонентом можуть нести у собі лінгвокультурне забарвлення, або ж відображати інтерпретацію інтернаціональних назв, окрім того, вони мають різну етимологію та особливості вживання у складі сталих виразів. Часто спостерігається також і явище деонімізації.

ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

У третьому розділі дослідження розглянуто семантичні та структурні особливості фразеологізмів німецької мови з ономастичним компонентом. Вивчення структурних особливостей показало, що оніми як компоненти лексичної системи мови мають специфічну лексико-семантичну структуру, спрямовану на індивідуалізацію об'єкта.

Розглянуто можливості включення до структури таких фразеологізмів засобів створення рими та алітерації, гри слів та редуплікації. Вивчено особливості фразеологізмів, до складу яких входять різні типи онімів – імена, прізвища, топоніми тощо. У розділі також розглянуто класифікацію німецькомовних фразеологізмів з ономастичним компонентом за структурним поєднанням власних назв з іншими компонентами у фразеологізмах.

Був проведений кількісний аналіз за класифікацією В.М. Камянця, відповідно до якої структура ФООК може бути [25]:

- 1) іменним типом словосполучень;
- 2) дієслівним типом словосполучення;
- 3) простими розповідними реченнями;
- 4) окличними й запитальними реченнями;
- 5) складнопідрядними реченнями;
- 6) вигуками.

Провівши дослідження ми дійшли висновку, що 46,8% - це ФО іменного типу, 30% - це прості розповідні речення, 8,6% - це ФО дієслівного типу та 7% складають ФО, які виражені складнопідрядними реченнями. Ну і найменшу кількість ФО, які виражені вигуками, окличними та запитальними реченнями, а саме по 1%. Результати кількісного аналізу представлені діаграмою в додатку Е (див. Додаток Е, табл..Е.1).

Вивчення семантики фразеологізмів з ономастичним компонентом дозволило визначити особливості етимології таких сталих виразів, значення їх складових компонентів. Визначено особливості функціонування таких фразеологічних одиниць, їх потенціал у реалізації лінгвокультурного значення. Німецькомовні фразеологізми з ономастичним компонентом можуть нести у собі лінгвокультурне забарвлення, або ж відображати інтерпретацію інтернаціональних назв, окрім того, вони мають різну етимологію та особливості вживання у складі сталих виразів. Часто спостерігається також і явище деонімізації фразеологізмів з ономастичним компонентом, яка полягає у тому, що особисте ім'я використовується як узагальнююче слово для позначення особистості. Також було виявлено певну особливість ергонів: їх неможливо розподілити за класифікацією поданою нижче:

- гіпербола;
- метонімія;
- антитеза;
- контраст;
- метафора;
- усталені порівняння;
- парні сполучення.

Саме відповідно до цієї класифікації ми зробили кількісний аналіз, який представлений в додатку Ж (див. Додаток Ж, табл..Ж.1). Але перш ніж представити результати кількісного аналізу ФООК за семантикою, маємо зазначити, що аналіз був проведений на основі 299 ФООК, результати якого подані нижче.

Найбільша кількість ФООК виражені метонімією, а саме 50% всіх досліджуваних одиниць, на другому місці – метафора, а саме 18% ФО, третє місце розділяють між собою контраст та усталені порівняння, а саме 11% та 10%. Було виявлено, що зовсім невелика кількість ФООК

представлені антитезою, парними сполученнями та гіперболою. Результати кількісного аналізу представлені діаграмою в додатку Ж (див. Додаток Е, табл..Е.1).

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Ця дипломна робота присвячена комплексному аналізу ФООК як однієї з підсистем фразеологічної системи німецької мови та досліджувалася частота їх вживання в сучасній німецькій мові. Ознайомлення з поглядами та різними точками зору у науковій літературі стосовно їх проблематики та класифікації ФО допомогло сформуванню власної точки зору. Всі завдання, які ставили перед собою, були виконані.

1) Як було сказано раніше, в науці існує багато різних визначень та класифікацій ФО, дослідники ніяк не можуть дійти до єдиної спільної класифікації, яку можна було б вважати правильною. В цьому дослідженні було розглянуто декілька різних визначень та класифікацій таких авторів як В.В. Виноградова, В.М. Мокієнко, О.С. Юрченко, В.В. Красних, М.А. Бакіна та інших. В основі даного дослідження лежить таке визначення фразеологічної одиниці: «нарізно оформлений, але семантично цілісний і синтаксично неподільний мовний знак, який своїм виникненням і функціонуванням зобов'язаний фраземотворчій заємодії одиниць лексичного, морфологічного та синтаксичного рівнів» [71, с. 770], засноване на більш вузькому підході до розуміння цього мовного явища.

Що ж стосується поділу ФО на класи, то в нашому дослідженні ми брали за основу класифікацію В. В. Виноградова та Н.М. Шанського. В.В. Виноградов був одним із перших, хто запропонував класифікацію фразеологізмів, у якій дослідник розділив їх за семантичними групами та висунув у якості одного з основних критеріїв такого розподілу поняття мотивованості / немотивованості ФО [17]. Н.М. Шанський додав до цієї класифікації «фразеологічні вирази» і, на нашу думку, вдосконалив цей розподіл. Отже, в цьому дослідженні за основу взято наступну класифікацію ФО:

- фразеологічні зрощення,
- фразеологічні єдності,

- фразеологічні сполучення,
- фразеологічні вирази.

Як справедливо відмітив О.В. Кунін, «фразеологія – це скарбниця мови» і фразеологічні одиниці в мові є її багатством. Вони не лише відображають культуру і побут тієї або іншої мови, але й допомагають зробити мову найбільш виразною та емоційною [7].

2) Наступним завданням було розглянути ономастикон як складову лексико-семантичної системи німецької мови. Оскільки ономастика — наука, розділ мовознавства про сукупність власних (у більш вузькому сенсі — особистих) імен/об'єктів, то відповідно і досліджували ми оніми.

На нашу думку саме О.І. Фонякова дає дуже чітке визначення онімам: «Власна назва – це універсальна функціонально-семантична категорія іменників, особливий тип словесних знаків, призначення яких полягає у виділенні та ідентифікації одиничних об'єктів (істот та неістот), які виражають одиничні поняття та загальні уявлення про ці об'єкти у мові, мовленні та культурі народу» [75, с. 21].

Всі складові мови мають свої особливості та функції, відповідно їх мають і оніми також. О.В. Суперанська виділяє такі функції власних назв у мовленні: комунікативну (повідомлення, репрезентація); апелятивну (спонукання, вплив); експресивну (характерна для дуже відомих імен, які знаходяться на шляху переходу у загальні); дейктичну (перенесення імені відбувається на об'єкт) [66, с. 272 - 273], трансцендентну (надприродні (магічні) властивості імені) [65, с. 16].

Отже, можна зробити висновок, що лексичне значення власної назви утворюють ті образи, поняття, асоціації, що виникають у комуніканта в процесі комунікації, тобто в процесі їх функціонування у мові і мовленні.

Завдяки структурі та семантиці онімів можна визначити їх походження та сферу вживання.

3) Як уже було зазначено раніше, дуже багато дослідників вивчали фразеологізми, і кожен з них робив свій невеличкий внесок. Відповідно і класифікації ФООК дуже різні. Досліджуючи ФО з ономастичним компонентом ми знайшли наступні класи: антропоніми, топоніми, гідроніми, ойконіми, космоніми, теоніми та міфоніми, хроніми, хрематоніми, епоніми та етроніми. Також деякі з них поділяються ще на підкласи. Ця класифікація дає можливість детально розглянути ФООК, але на жаль не всі класи, а тим паче підкласи нам вдалося знайти у сучасній публіцистиці.

У своєму дослідженні ми використовували свою власну класифікацію опираючись на кількісному аналізі всіх ФООК які ми знайшли у наших джерелах. До цієї класифікації входять (див. додаток А, рис. А1):

- антропоніми,
- топоніми,
- гідроніми,
- ойконіми.

4) Дослідивши близько 370 (а саме 368) ФООК ми зробили висновок, що всі вони мають різноманітну структуру та семантику. Всі фразеологізми можна поділити за стандартними критеріями на прості, складні та вирази, але в нашому дослідженні ми підбирали іншу класифікацію.

Багато дослідників вважали, що на структуру впливає рима та алітерацію. Алітерація утворюється повторенням однакових звуків на початку слів, які складають стійке словосполучення: *es ist Hans wie Heine* («що Ганс, що Гейне», тобто «все одно»). Риму утворюють співзвуччя закінчень слів: *Hinz und Kunz* («Хінц і Кунц», тобто «перший зустрічний»). Інші вважали, що структура базується на грі слів та редупліції. У ФО *Klärchen meint es gut* («погода хороша») каламбур будується на поєднанні уявлень, що створюються словами *klar* (ясний) – *Klärchen* (Кларочка). Редуплікація простежується у ФО *Otto-Otto* (молодець).

Звісно ці класифікації мають право на існування, проте в нашому дослідженні ми опиралися на розподілі В.М. Камянця [25].

Отже, ми розподілили ФО за такою структурою та провели кількісний аналіз:

- іменний тип словосполучень;
- дієслівний тип словосполучення;
- прості розповідні речення;
- окличні й запитальні речення;
- складнопідрядні речення;
- вигуки.

За допомогою кількісного аналізу було виявлено, що найбільша кількість ФООК є іменного типу словосполучень. Також досить багато ФООК, які виражені простими розповідними та складнопідрядними реченнями. Детальніший розподіл ви можете побачити в Додатку Е (див. Додаток Е, табл.Е.1).

5) Що ж стосується семантики ФООК, то вони також всі різняться. ФО з ономастичним компонентом досить цікаве мовне явище для дослідження.

Семантика таких фразеологізмів трішки межується з їх класифікацією. В залежності від того, який компонент входить до складу ФООК, залежить і їх семантика. Найбільш вживанішими компонентами ФООК є антропоніми (чоловічі та жіночі імена, прізвища та навіть прізвиська), топоніми, гідроніми, також вживаються назви народів, історичні події та національні та міжнаціональні власні назви. Наприклад, до складу ФООК можуть входити назви міст (топоніми), в яких відбувалася важлива подія, чи воно чимось славилося, відповідно і ФО з цим містом, буде відтворювати його семантику (*etwas geht aus wie das Hornberger Schießen* (досл. «закінчується як хорнбергська стрілянина») у значенні «щось зроблене з великим шумом, але яке не приносить ніякого результату».)

Розглянемо також можливості класифікації фразеологізмів з ономастичних компонентом відповідно до їх семантичних особливостей. Так, за створенням

узагальнено-метафоричного значення у фразеологічній одиниці німецької мови з власною назвою (окрім ергонімів) трансформаційні механізми можуть бути розподілені за такими типами:

- гіпербола;
- метонімія;
- антитеза;
- контраст;
- метафора;
- усталені порівняння;
- парні сполучення.

Отже, на основі 299 ФООК був зроблений кількісний аналіз відповідно до цієї класифікації. Результати аналізу наведені в додатку Ж (див. Додаток Ж, табл..Ж.1).

Отже підсумовуючи, можемо зазначити, що ФООК є надзвичайний мовним надбанням кожного народу, яке ще не зовсім досліджене, та має багато таємниць, саме тому це дослідження є досить актуальним та цікавим, а головне те, що воно допоможе студентам й надалі вивчати таке мовне явище як фразеологізми з ономастичним компонентом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажнюк Б. М. Англійська фразеологія у культурно-етнічному висвітленні / Б. М. Ажнюк. К.: Наук. думка, 1989. – 136 с.
2. Алексеева И. С. Профессиональный тренинг переводчика: Учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей / И. С. Алексеева. М.: Высш. образование, 2004. – 368 с.
3. Аліференко М. Ф. Теоретичні питання фразеології / М. Ф. Аліференко. Харків: Вища школа, 1987. – 135 с.
4. Амосова Н. Н. Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1963. – 208 с.
5. Апресян Ю.Д. Избранные труды. М.: Школа «Языки русской культуры», изд. Фирма «Восточная литература» РАН, 1995. Лексическая семантика. – 472с.
6. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс// Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. – с. 5-33.
7. Бакина М. А. Перифрастические и фразеологические сочетания в творчестве пролетарских поэтов / М. А. Бакина, Е. А. Некрасова // Эволюция поэтической речи XIX-XX ст. Перифраза. Сравнение. М.: Наука, 1986. – С. 3-80.
8. Баранов А. Н. Аспекты теории фразеологии / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. М.: Знак, 2008. – 656 с.
9. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі назв підприємств Закарпатської обл.): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова / О. О. Белей. Львів, 2000. – 17 с.

10. Белей О. Сучасна українська ергонімія: Власні назви підприємств Закарпаття [Текст] / О. О. Белей ; Ужгородський держ. ун-т. Ужгород : [б.в.], 1999. - 111 с.

11. Беленькая В.Д. Топонимы в составе лексической системы языка. М.: изд-во. Моск. Ун-та, 1969. – с. 168.

12. Бинович Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь: ок. 14000 фразеологизмов / Л. Э. Бинович, Н. Н. Гришин; под ред. Г. Малиге-Клаппенбах и К. Агрикола. – 2-е изд., испр. и доп. М.: Рус. яз., 1975. – 656 с.

13. Булаховский Л. А. Введение в языкознание / Л. А. Булаховский. М.: Учпедгиз, 1984. – 174 с.

14. Вайрах Ю. В. Эргоурбонимия города Иркутска: структурно-семантический и лингвокультурологический аспекты исследования : автореф. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 – русский язык / Ю. В. Вайрах. Улан-Удэ, 2011. – 22 с.

15. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. М.: Рус.яз., 1980. – 320с.

16. Виноградов В. С. Введение в переводоведение / В. С. Виноградов. М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

17. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В. В. Виноградов // Виноградов В. В. Избр. труды. Лексикология и лексикография. М.: Наука, 1977. – С. 140-161.

18. Власні назва [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Власні_назви.К

19. Вучкова В.И. Культурно-конотативная лексика в словаре и переводе: автореф. дис. кан. филол. наук: 10.02.01/Ленингр., гос. ун-т им. А.А. Жданова. Л., 1984, 16 с.

20. Горожанов Ю. Ергоніми відонімного походження в комунікативному просторі міста Луцька: структурно-семантичні особливості [Електронний ресурс] / Ю. Горожанов // випуск 17. – 2014. – С.61 - 68. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vftk_2014_17_8.

21. Глотова А. Компонент фразеологической единицы в языке и речи / А. Глотова // Гуманитарные исследования: Ежегодник. Вып.2. Омск, 1997. – С. 121-127.

22. Есперсен О., Философия грамматики. Пер. с англ. М.: Изд-во иностр. лит., 1958. – 404с.

23. Ільченко І. І. Відонімні ергоніми м. Запоріжжя / І. І. Ільченко // Лексико-граматичні інновації у сучасних слов'янських мовах : матеріали IV Міжнар. наук. конф. / Дніпропетровськ, 9–10 квітня 2009 р.; упоряд. Т.С. Пристайко. Дніпропетровськ: Пороги, 2009. – с. 197–199.

24. Казакова Т.А. «Практические основы перевода». Санкт-Петербург, 2002, 320 с.

25. Кам'янець В. М. Структурні, семантичні та функціональні особливості власних назв сучасної німецької мови (особові імена, прізвища, прізвиська): автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / В. М. Кам'янець. Львів, 2001. – 19 с.

26. Ковалик І.І. Мова і народна культура// Мовознавство. – 1977.-№2. – с. 11-18.

27. Комисаров В.Н. Современное переводоведение. Курс лекций. М.: ЭТС, 2000. – 192с.

28. Кононенко І.В. Мова і народна культура// Мовознавство, 2001. - №3. – с. 62-69.

29. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: підруч. – 2. вид. / М. П. Кочерган. К.: Академія, 2005. – 368 с.

30. Кравчук А.М. Польська фразеологія з ономастичним компонентом: дис. канд. філол. наук: 10.02.03/Л., 1999. – 251 с.

31. Красных В. В. Культура, культурная память и лингвокультура: их основные функции и роль в культурной идентификации / В. В. Красных // Вестник ЦМО МГУ. Серия «Филология. Культурология. Педагогика. Методика», 2012. - №3. – С. 67–74.

32. Краснящих А., Беляев К., 1000 псевдонимов. Харьков: Фолио, 2004. – 480 с.

33. Кубрак И.С. Фразеологизмы-идиомы как воплощение этноментальных и лингвокультурных аспектов мира// Вісник харківського нац.. Університету. – Серія Філологія. Харків: Константа, 2004.-№631. – с.102-105.

34. Кудіна О.Ф., Пророченко О.П. Перлини народної мудрості. Німецькі прислів'я та приказки. Вінниця: Нова книга, 2005. – 319 с.

35. Кунин А.В. Английская фразеология / Александр Владимирович Кунин. М., 1981.

36. Кунин А. В. Курс фразеологии Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.

37. Курилович Е.Р. Положение имени собственного в языке // Очерки по лингвистике: Сб.ст./Пер. с польского, французского, английского, немецкого/ М.: Изд-во иностр. лит., 1962. – с. 225-265.

38. Лалаян Н. С. Фразеологічні одиниці з ономастичним компонентом у сучасній німецькій мові: структурно-семантичний та функціональний аспекти: дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Н. С. Лалаян. – Одеса, 2008. – 248 с.

39. Лепинг Е.И., Страхова Н.П., Филичева Н.И. и др.. Под общ. Рук. О.И. Москальской. Большой немецко-русский словарь (в трёх томах). Das Grosse Deutsch-Russische Wörterbuch (in drei Bänden), ООО «Русский язык-Медиа», 2003.

40. Ловянникова В.В. Ономастическая фразеология в лингвокультурологическом аспекте (на материале немецкого языка: автореф. дис. канд. фил. наук: 10.02.19 / В. В. Ловянникова. Нальчик, 2008. – 23 с.

41. Лосев А.Ф. Философия имени. М.: изд-во Моск. Ун-та, 1990, с. 222-223.

42. Мальцева Д.Г. Страноведение через фразеологизмы. М.: Высшая школа, 1991. – 176 с.

43. Марченко Н.В. Північно-німецькі топоніми слов'янського походження: Автореф. дис. кан. філол. наук:10.02.04/КНУ ім.. Т.Г.Шевченка. К., 2005 – 19 с.

44. Маслова В.А. Лигвокультурология: Уч. пособие для студ. выш. уч. зав. М.: изд. центр «Академия», 2001. – 208 с.

45. Мокиенко В.М. В глубь поговорки. Рассказы о происхождениях крылатых слов и образных выражений / В. М. Мокиенко. М. «Просвещение», 1975. – 174 с.

46. Мороз О.А. Фразеологічні одиниці з компонентом власне ім'я в сучасній українській мові: структурно-семантичний аспект: Автореф. дис. кан. філол. наук: 10.02.01/Донец. нац. ун-т. Д., 2002 – 18 с.

47. Москаленко Н.А. Фразеологізми з антропонімами в українській мові// Питання сучасної ономастики/ відп. ред. К.К. Цілуйко. К.: Наукова думка, 1976. – с. 166-170.

48. Надточій К.А. Щодо проблеми класифікації фразеологізмів у сучасній німецькій мові / К. А. Надточій, О. А. Лазебна. // "Молодий вчений". – 2019. – №6. – С. 65–67.

49. Надточій К.А. Функціонування фразеологізмів з ономастичним компонентом у англійській, німецькій та українській публіцистиці / Катерина Андріївна Надточій. // Ч.7. – 1305. – С. 20–24.

50. Найда А.М. Стійкі народні порівняння як об'єкт фразеології (семантичний і структурний аспекти): автореф. дис.. канд. філол. наук: 10.02.01/ДНУ. – Д., 2002. – 19 с.

51. Обруева Г.Х. О сдвиге имени собственного в разряд нарицательных слов во фразеологии английского языка / Г. Х. Обруева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 22(203). – С. 94–99.

52. Охштат Р.И. Имя собственное как компонент фразеологической единицы и как самостоятельное слово// Труды Самаркандского ГУ им. А. Навои. Нов. Серия. – Самарканд, 1972. – Вып. 219. Ч.1 Вопросы фразеологии. – с. 172-179.

53. Пасік Н.М. Власні назви в українській фразеології та пареміології: дис. кан. філол.. наук: 10.02.01. Ніжин, 2000. – 202 с.

54. Потебня А.А. Из записок по русской грамматике. М.: Просвещение, 1958. – Т. I-II. – 536 с.

55. Прокольева С. М. Механизмы создания фразеологической образности / С. М. Прокольева. М.: Высшая школа, 1996. – 132 с.

56. Райхштейн А.Д. Лингвистический и страноведческий аспект в преподавании иностранного языка// И.Я в школе. – 1982. №6, с. 13-19.

57. Ратникова И.Э. Ономастические единицы вне прямой референции в русском публицистическом тексте// Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя 4. – 2004. - №1. – с. 47-52.

58. Реформатский А.А. Введение в языковедение, Учебник/ Ред. В.В. Виноградов. – 5-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2004. – 536 с.

59. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. М.: Просвещение, 1976. – 543 с.
60. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира/ Отв.ред.акад. Б.А. Серебренников. М.: Наука, 1998. – 215 с.
61. Рублева С. А. Виды и сущность устойчивых словосочетаний в английском языке / С. А. Рублева // Педагогическое образование в России. – 2014. – № 6. – С. 59-61.
62. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. Полтава: Довкілля К, 2006. – 716 с.
63. Смирницкий А. И. Лексикология английского языка / Александр Иванович Смирницкий. М., 1996. – 260 с.
64. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2001. – 252 с.
65. Суперанская А.В. Эволюция теории имени собственного в Европе// Вопросы филологии, 2002. -№3. – с. 5-16.
66. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. М.: Наука, 1973. – 366 с.
67. Суперанская А.В. Ономастические универсалии // Восточно-славянская ономастика. М.: Наука, 1972. – 346-356 с.
68. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Язык русской литературы», 1996. – 288 с.
69. Томахин Г.Д. Топонимы как реалии языка и культуры // Вопросы языкознания. – 1984. - №4. – с. 84-90.

70. Ужченко В.Д., Авксентьев Л.Г., Українська фразеологія. Харків: Основа, 1990, – 167 с.

71. Українська мова: енциклопедія / редкол. В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. К. : Вид-во «Укр. енцикл.» ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.

72. Уфимцева А.А. Слово в лексико-семантической системе языка. М.: Наука, 1968. – 272 с.

73. Фірсова Ю.А. Фразеологічні одиниці з топонімічним компонентом у німецькій мові: лінгвокультурологічний аспект: Автореф. дис. кан. філол. наук: 10.02.04/КНЛУ. – 2002. – 19 с.

74. Фомина Ф.И. Современный русский язык. Лексикология. М., 2001. – 415 с.

75. Фонякова О. И. Имена собственные в художественном тексте / О. И. Фонякова. Л.: ЛГУ, 1990. – 103 с.

76. Хантимиров С.М. Ойконимы как компонент топонимики и лексико-семантической системы немецкого языка: дис. кан. филол. наук: 10.02.04. Уфа, 1998. – 144 с.

77. Цвиллинг М. Я. Русско-немецкий словарь. Russisch-Deutsch Wörterbuch. / М. Я. Цвиллинг., 2003.

78. Чайківська А. В. Семантичні особливості фразеологічних одиниць на позначення рис характеру людини (на матеріалі англійської, французької та української мов) [Електронний ресурс] / А. В. Чайківська // Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації. – 2016. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/21322/1/Чайківська.pdf>

79. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка / И. И. Чернышева. М.: Высшая школа, 1970. – 199 с.

80. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. М.: Специальная литература, 1996. – 192 с.

81. Щербина А. А. Сущность и искусство словесной остроты (каламбура) / А. А. Щербина. К., 1958. – 250 с.

82. Юрченко О.С. Фразеологічні перифрази української літературної мови. Учбовий посібник / О. С. Юрченко. Харків: РВГ ХДУ, 1983. – 119 с.

83. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред.. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

84. Agricola E. Einführung in die Probleme der Redewendungen // Wörter und Wendungen. Wörterbuch zum deutschen Sprachgebrauch. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1992. 818 s.

85. Burger, Harald. Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co; Auflage: überarbeitete Auflage. 2003 – 224 S..

86. Büchmann G. Geflügelte Worte. Der Citatenschatz des deutschen Volkes. Haude und Spener. Berlin, 1864. – 220 S.

87. Der Duden in 12 Bd.: Das Standardwerk zur deutschen Sprache / [hrsg. und bearb. Von G. Drosdowski u. W. Scholze-Stubenrecht]. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1992. Bd. 11.: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. – 864 S.

88. Deutsch. Großes Wörterbuch. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten./ Redaktion: C. Marsen, Dr. Ehmann. Köln: Buch und Zeit Verlagsgesellschaft mbH, 1995 – 446 S.

89. Fleischer W., Helbig G., Lerchner G., Kleine Enzyklopädie – Deutsche Sprache. Frankfurt am Main Europäischer Verlag für Wissenschaften, 2001. – 845 S.

90. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache / W. Fleischer. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1982. – 250 S.

91. Fleischer W. Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache: 2 durchgelesene und ergänzte Auflage. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1997. – 299 S.

92. Földes Cs. Anthroponyme als Strukturkomponenten deutscher Phraseologismen// Zeitschrift für germanistische Linguistik/ Hrsg. Von H. Henne. Berlin, New-York: Walter de Gruyter, 1987. – S. 1-19.

93. Földes Cs. Eigennamen in deutschen phraseologischen Redewendungen. Eine etymologische und semantisch-stilistische Analyse. / C. Földes. // Muttersprache 95. – Heidelberg, 1985. – S. 3-4.

94. Geflügelte Worte: Zitate, Sentenzen und Begriffe in ihrem geschichtlichen Zusammenhang/ zusammengestellt und kommentiert von K. Böttcher, K.H. Berger, K. Krolop, Ch. Zimmermann. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1984. – 780 S.

95. Klappenbach R. Probleme der Phraseologie. / R. Klappenbach // Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx Universität Leipzig. Gesellschafts-und Sprachw. Leipzig, 1968. – №6. – 316 s.

96. Kudina E. Untersuchungen zu Fraseologismen mit Eigennamen im Deutschen im Vergleich mit dem Ukrainischen / E. Kudina, G. Starke // Wissenschaftliche Zeitschrift der Pädagogischen Karl Libknecht – Hochschule. Postdam, 1978. – S. 187-192.

97. Köpper H. PONS Wörterbuch der deutschen Umgangssprache / H. Köpper. Stuttgart: Ernst Klett, 1987. – 959 S.

98. Küpper H. Pons-Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. – 1.Aufl.,4 Nachdr. Stuttgart: Ernst Klett Verlag für Wissen und Bildung GmbH, 1990. – 960 S.

99. Lapinskas S. Zu ausgewählten theoretischen Problemen der deutschen Phraseologie. Ein Lehrbuch für Studierende der Germanistik. Universität Vilnius, 2013. 277 s.

100. «Neue Zeiten» [Электронный ресурс], Режим доступа до ресурсу: <http://neuezeiten.rusverlag.de>.

101. Schemann H. Deutsche Idiomatik: Die deutsche Redewendungen im Kontext. – Stuttgart; Dresden: Ernst Klett Verlag, 1993. – 1.Aufl. – 1037 S.

102. Schmidt W. Deutsche Sprachkunde. Berlin: Volk und Wissen VEB, 1968. – 365 S.

103. «Spiegel» [Электронный ресурс] Режим доступа до ресурсу: <https://www.spiegel.de>.

104. Stanislaw Walewski, Prof. Dr. Erwin Wedel «Langenscheidts Taschenwörterbuch», Russisch-Deutsch, Deutsch- Russisch, Berlin, 1998, – 1200 S.

105. «Zeit Online» [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.zeit.de/index>.



Рисунок А.1

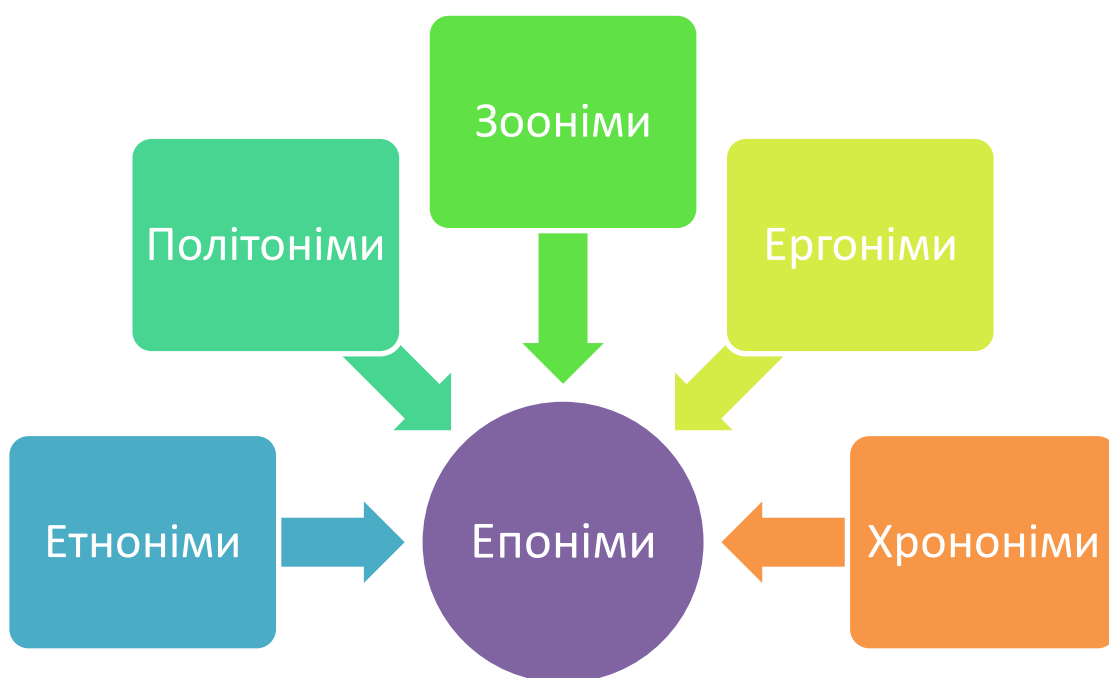


Рисунок А.2

Таблиця Б.1 ФО з антропонімічним компонентом

1.	So sicher wie in Abrahams Schoss sitzen (ruhen, schlafen)	розм.. жити як у раю, як у Бога за пазухою «як у лоні Авраамовім» (бібл.. досл.)
2.	Der alte Adam	ветхий Адам, ветха людина (бібл..) перен. жарт. Давні звички, погляди, пережитки минулого.
3.	Der alte Adam regt sich wieder	«ветхий Адам заворушився» (бібл. досл.) - перен. прокинулися, даються в знаки давні звички
4.	Nackt wie Adam in Adamkostüm	розм.. у чому мати народила розм.. жарт. у вбранні Адама, голяка
5.	Den beleidigten Adam spielen	розм.. удавати з себе «казанського сироту»
6.	Bei Adam und Eva anfangen	розм.. починати від Адама та Еви
7.	Von Adam her	Давно
8.	Wie Adam arbeiten	важко працювати
9.	Einen neuen Adam anziehen	стати іншою людиною, переродитися
10.	Den alten Adam ausziehen (ablegen, abstreifen, austreiben, von sich werfen)	бібл. позбутися застарілих звичок, поглядів (умертвити в собі ветхого Адама)
11.	Seit Adams Zeiten	розм., жарт, з часів Адама, із сивої давнини
12.	Von Adam und Eva her verwandt sein	про родинні стосунки, що охоплюють широке коло знайомих
13.	Ein Adonis sein	бути Адонісом (про гарного чоловіка, хлопця)
14.	Anton, ziehe die Bremse an!	говорять, коли під час мандрівки дорога круто піднімається угору
15.	Das kannst du halten (machen) wie (der) Pfarrer Aßmann	розм., жарт, «роби, як хочеш»
16.	Dummer August	клоун (у цирку) перен. «блазень»
17.	Der grüne August	„чорний ворон" поліцейський автомобіль для транспортування заарештованих
18.	J-m fiel ein Alp vom Herzen	розм. у кого-н. «відлягло від серця»; у кого-н наче камінь із серця звалився, гора з плечей звалилася. З міфології Альп - злий дух, який душить людей у ві сні
19.	j-n plagen die Alptäume	міф. «знайти нитку Аріадни» - перен.

		знайти вихід із скрутиого становища
20.	etw. liegt j-m wie ein Alp auf der Brust	потребувати провідних вказівок
21.	den Ariadnefaden bedürfen	наступити комусь на болюче місце
22.	j-n an der Achillesferse treffen	міф. «мати очі Аргуса, мати всевидючі очі» - пильно стежити
23.	mit Argusaugen beobachten	пильно стежити
24.	der Pfeil Amors	стріла Амура; кохання
25.	ein wahres Babel	вавілонське стовпотворіння (про безладдя) - „справжній Вавілон" (про місто, що погрузло в розпусті)
26.	babylonische Sprachverwirrung	змішування мов; „взаємне нерозуміння" (за біблійним міфом, вавілонці хотіли побудувати башту до самого неба, але це розгнівало бога, і він, щоб перешкодити будівникам, „змішав їх мови", внаслідок чого люди перестали розуміти одне одного і не змогли закінчити будову)
27.	den Bacchus feiern dem Bacchus opfern	перен., жарт. поклонятися, віддавати належне, приносити жертву Бахусу , пити, випивати. (Бахус, Вакх – бог вина та веселощів)
28.	das ist aber ein Bacchus!	розм. «оце так товстун!»
29.	dicke Berta	гармата часів першої світової війни, названа на честь власниці заводу Берти Крупп
30.	Begrüßgustav	швейцар
31.	rangehen wie Blücher	енергійно, рішуче взятися до справи. Фельдмаршал Л. Блюхер - герой війни 1814 р. Завдяки його сміливим діям були розгромлені війська Наполеона
32.	Aber sicher, sagte Blücher	розм. абсолютно безперечно
33.	Toben/wüten wie ein Berserker	показувати свою злість; діяти, не звертаючи уваги на інших (із скандинавської легенди, Berserker - вбивця, одягнений у ведмеже хутро, яке надавало йому сили)
34.	Winston Churchill besuchen	відшукати туалет (відповідно до початкових букв WC)
35.	Das Fass der Danaiden	«бочка данаїд, бездонна бочка». (за грецькою міфологією, 49 дочок царя Лівії Даная були приречені

		безперервно наливати воду в бездонні бочки) - нескінченна марна робота
36.	Das Fass der Danaiden füllen wollen eine Danaidenarbeit verrichten	міф. «лити воду в бездонну бочку» - займатися нескінченною марною роботою
37.	Keinen Duden im Blut haben	писати з помилками
38.	Perfekt Duden sprechen	говорити правильною (літературною) мовою
39.	Drakonische Maßnahmen ergreifen	1) твердо, рішуче діяти; 2) діяти жорсткими методами. Походить від імені законодавця Дракона (621 р.), який відомий своєю жорстокістю
40.	Eine junge Eva	молода кокетка
41.	Im Evakostüm	розм.. жарт. «у вбранні Єви», голяка
42.	Eine Tochter Evas	заст., жарт. пихата, марнолюбна дівчина" – жінка
43.	Getreuer Eckart	вірний, відданий друг (слуга)
44.	Technischer Fritze	розм.. технік
45.	Heulfrieda	плакса
46.	Als Friedrich der Große noch mit der Spielzeugschuppe Sand schaufelte	колись дуже давно
47.	Das passt wie (der) Faust aufs Gretchen	це чудово підходить до чого- небудь, - герої трагедії Й.В. Гете – «Фауст»
48.	Seinen Friedrich Wilhelm untersetzen seinen Vinzent daruntersetzen	поставити свій підпис
49.	Faule Greta	гармата
50.	Faule Grete	лінива дівчина
51.	(Nachbarin) Grete und Bete	зневаж, якісь там сусідки
52.	Fliegendes Gretchen	розм. стюардеса
53.	Der alte Gottfried	розм. домашня сукня
54.	Den Flotten Gustaf haben	евф. „, мати пронос
55.	Ordinären Goethe zitieren	сварити когось, «показати, де раки зимують»
56.	Hänschen tanzt, wie Hans bläst	знання потрібно набувати змолodu
57.	Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr	чого не вивчив Ванюша, того не буде знати Іван
58.	Was Hänschen versäumt, holt Hans nicht mehr ein	чого не вивчив Ванюша, того не буде знати Іван
59.	Was Hänschen sich gewohnt, lässt Hans nimmer was Hänschen lernt, kann Hans	= що знає Івась, те знає й Іван

60.	Jeder Hans findet seine Grete jeder Hans tanzt mit seiner Trine Hans und Grete sein	присл. Для кожного Гриця є своя птиця
61.	Hans Ohnesorge	безтурботна людина; метелик
62.	Hans Unbedacht	легковажна людина; вітрогон
63.	Hans hinter der Mauer	бідняк
64.	Hans Dumm dummer Hans	дурень
65.	Hans Guckindieluft	ротовий
66.	Hans Feigling	боягуз
67.	Hans Hücke (Hückebein)	невдаха, бідолаха, сіромаха (пор.: рос. «Иван-Горемыка»)
68.	Hans Urian	«чорт, дідько»
69.	Hans Lüg	вітрогон
70.	Hans Taps	тюхтій, вайло, незграба
71.	Hans Gispel	дурень
72.	Hans Hasenfuß	боягуз
73.	Hans Liederlich	розпусна людина, гуляка
74.	Hans Wurs	весела людина, балагур
75.	Ein großer Hans	поважна особа, «шишка»
76.	Schmalhans	скупа людина
77.	Prahlhans	хвалько
78.	Hans Immerdurst	розм. «заливайко» (п'яничка)
79.	Hans Nachmittag	розм. про людину, яка завжди відкладає виконання будь-якої справи
80.	Hans Knapp	скупий лицар
81.	Hans im Glück	Щасливчик
82.	Ich will Hans heißen (wenn das anders ist)	Назвіть мене дурнем, якщо я помиляюся
83.	Dein Hanswurst bin ich nicht	фам. знайти собі іншого дурня
84.	Ein fauler Hans	ледар
85.	Ein sanfter Heinrich	розм., фам. скромна людина
86.	Blöder Heini	розм. дурень
87.	Lahmer Heini	маруда, легкодуха людина
88.	Grüner Heini	розм. «молокосос»
89.	Hinz hat es angestellt, Kunz muss es ausbauen	присл. «хто кислиці поїв, а на кого оскома напала» присл. на вовка помовка, а злодій кобилу вкрав
90.	Will Heinz nicht, so muß Kunz	присл. чого не хоче робити один, те мусить зробити інший
91.	Hinz und Kunz (Heinrich Konrad)	розм., фам. всякий зустрічний

92.	Stolzer Heinrich	солд. рисова каша
93.	Blauer Heinrich	солд. жарт. перлова каша = шрапнель
94.	roter Heinrich	дикий щавель
95.	langer Heinrich	розм. відмичка
96.	Großer Heinrich	Північне море
97.	Der grüne Heinrich	Розм.. 1) поліцейський автомобіль для заарештованих; 2)палиця для покарання
98.	Freund Hein mit der Hippe	розм.. кощава з косою, смерть;
99.	Herkulische Kräfte	«геркулесова сила»
100.	Mein Name ist Hase (ich weiß von nichts) mein Name ist Hase, ich wohne im Walde (Busch) und weiß von nichts	Розм., і я не я, і хата не моя
101.	Baron von Habenichts (haben nichts)	Сніг ліпить, йде лапатий сніг
102.	Frau Holle schüttelt ihre Betten	Про незаможну особу, яка намагається приховати своєю поведінкою своє матеріальне положення
103.	Arm wie Hiob arm wie eine Kirchenmaus	бідний як Іов, дуже бідний бідний як церковна миша
104.	j-m eine Hiobsbotschaft überbringen	Принести кому-небудь погану звісточку
105.	Eine blinder Hesse	Розм., фам., «телепень»
106.	Ein homerisches Gelächter	Гомеричний сміх
107.	Schlotter Jahn	Боягуз
108.	Luderjahn	Неохайна людина
109.	Dummjachn	Дурень
110.	Der keusche Joseph	Непорочний Йосип
111.	Der wahre Jakob	Вуличний торгівець, який дешево збуває свої товари; подорожуючий торговець
112.	Joviales Benehmen	Прихильність і доброзичливість
113.	Kain und Abel	Каїн і Авель, убивця і невинна жертва
114.	Einen Kolschizki, bitte	«одного Кульчицького, будь ласка» тобто чашечку кави
115.	Jemand studiert Kotzebues Werke	розм., фам. (досл, хтось вивчає твори Коцюбу) хтось поїхав до Риги (когось нудить)
116.	Karl Keuchhusren und seine Asthmatiker	про поганий оркестр та його диригента

117.	Einen Knigge verschaffen	ірон. рекомендувати кому-мебудь познайомитися з правилами хорошого тону
118.	Frei nach Knigge	за правилами хорошого тону
119.	Krethi und Plethi	розм., зневаж, усякий зустрічний, шатія-брагія
120.	Die schnelle Kathrin	евф. мати пронос. (вираз базується на шкільному жарті, який містить замість медичного терміна грец. katharma «очищення» жіноче ім'я)
121.	Berufschätige Kleopatra	секретарка, яка має вплив на свого начальника
122.	Das Ei des Kolumbus finden	знайти Колумбове яйце, просте рішення складної задачі
123.	Reich wie ein Krösus	багатий як крез, дуже багатий
124.	Ein vergessliche Lieschen	забудькувата жінка
125.	Eine liederliche Liese	неохайна жінка
126.	Klatschlotte	Наклепниця
127.	Fleißiges Lieschen	розм. «бегонія» (досл. старанна Лізхен)
128.	Das ist aber ein (zu) weites Feld, (Luise)	літ. краще про це не говорити; залишимо це
129.	Die Flotte Lotte	м'ясорубка, соковижималка
130.	Arm wie Lazarus	бідний як церковна мища
131.	Ein lukullisches Mahl	лукуллівський бенкет, надзвичайно гучний, пиший бенкет
132.	Ein langer Laban ein langer Lulatsch	розм. високий як дилда
133.	Mensch Meier! Mein Gott, Frau Beckmann! ach, du libes Lieschen!	«Оце так!»
134.	In Morpheus Armen ruhen/liegen	поет. «бути в обіймах Морфея», спати
135.	Tante Meyer	розм. туалет
136.	Bei Tante Meyer sein	розм. бути в туалеті
137.	Zu Tante Meyer gehen	Розм., піти в туалет
138.	Mensch Meier	Розм.. «Чорт забирай! Оце так»
139.	Wenn..., dann heiß ich Meier (ich will Meier heißen, wenn...)	Розм., провалитися мені н місті, якщо...
140.	Alt wie Methusalem	старий як Мафусаїл; дуже старий, на схилі віку
141.	Schnöder Mammon	презренний метал (гроші, золото), (Мамон / Мамона - сірійський бог

		багатства)
142.	Ein Knecht des Mammons sein	бути слугою мамони ,поклонятися багатству
143.	Matrialisches aussehen	войовничий вигляд (від імені римського бога війни Маґс)
144.	Der kleine Moritz	простувата, наївна людина
145.	Die grüne Minna	тюремний автомобіль, бобік
146.	Die Arche Noah(s)	Ноїв ковчег (бібл.) – 1) перен. місце, де збираються люди різних переконань; 2) ветхий, старий предмет; 3) надійний притулок; 4) сива давнина
147.	Doller Otto	розм. смілива людина
148.	Schneller Otto	розм. пронос
149.	Gruß an Onkel Otto	нікому не адресоване привітання
150.	Von wegen Otto	Ні в якому разі
151.	Jemanden zum Otto machen	розм. насваритися на кого-небудь, «роздраконити» кого-небудь
152.	Der schräge Otto	Розладнаний рояль
153.	Einen Otto bauen	Нашкодити
154.	Frech wie Oskar	Розм., «Ще нахаба з нахаб»
155.	Mit ihm/ihr/dem Paul kann man Pferde stehlen	Це надійна людина
156.	Petrijünger sein	Бути завзятим рибалкою
157.	Das ist ein Petruslatein	Витончена, вишукана мова
158.	Ein langweiliger Peter	Нудна людина
159.	Trockener Peter	розм., «сухар»
160.	Pegasus im Joche	ярмо (про поезію, яка використовувалась не за призначенням)
161.	Den Pegasus satteln	осідлати Пегаса, починати писати вірші
162.	Eine große Pauline	розм.. велика кавоварка
163.	j-n von Pontius zu Pilatus schicken	посилати до Пілата;
164.	Penischer Schrecken	панічний страх (від імені грецького бога лісів, отар та пастухів Рап, раптова поява якого наводила на людей паралізуючий страх)
165.	Bei Petrus abklopfen den alten Fritzen besuchen	Померти
166.	Nach Adam Riese	за Адамом Різе; за більш точними

		підрахунками. А.Різе (1492-1559)- відомий в 14ст. в Німеччині автор підручників з арифметики
167.	Eine dumme Suse	дурепа, зануда, маруда, вяла людина
168.	Ein Solomonisches Urteil	соломонове рішення; справедливе, мудре рішення
169.	Schmusekatze	Цукор Медович, підлесник
170.	Zwischen Szylla und Charybdis	міф. «між Сциллою і Харибдою», між вогнем та полум'ям
171.	Doktor Siemann (sie mann)	розм. чоловік, який знаходиться під каблуком (п'ятою) у своєї дружини
172.	Idee von Schiller	блискуча ідея
173.	Dumme Trine	розм. дурна жінка
174.	Tiefheini	психолог
175.	Den heiligen Ulrich anrufen	евф. нудить (подібність початку слова Ul- та звуків, які звучать під час блювання)

Таблиця В.1 ФО з топонімічним компонентом

1.	Die Sonne von Austerlitz	гіркота поразки
2.	Ägyptische Plagen	«єгипетська робота» (бібл.) - перен. виснажлива, каторжна праця
3.	Ägyptische Finsternis	«Єгипетська тьма» - перен. «непроглядна, кромішня п'ятьма»
4.	Mit Alsterwasser gatauft sein	бути родом з Гамбургу
5.	Aus/von Anno Tobak stammen	бути допотопним
6.	Auch ich war in Arkadien geboren	«і я в Аркадії народився» (тобто і я був колись щасливим; і я був народжений для щастя). Аркадія - 1) область в Греції; 2) перен. країна «щасливих пастушків, країна щастя
7.	Die schönen Tage in Aranjuez sind nun zu Ende	розм. минули золоті дні в Аранжуеці
8.	Eulen nach Athen tragen Tee nach China tragen Schnee nach Lappland tragen Sand nach Hagenau tragen Bier nach Dortmund bringen	носити сов в Афіни, „робити непотрібну справу
9.	Jemanden auf den Bocksberg wünschen	послати когось до дідька
10.	Nach Bettlach/ Bettingen/ Federhausen gehen	йти спати
11.	(er) ist Borneo (borniert, eingebildet, engstirng)	про чванливу, горду, тупу людину
12.	Ein Berliner Kind	уродженець, уродженка Берліна
13.	Berliner Zimmer	велика прохідна кімната з одним вікном
14.	Berliner Weiße	біле берлінське пиво (улюблений напій берлінців)
15.	Eine (echte) Berliener Pflanze!	розм., вона берлінської закваски! - (про енергійну, спритну дівчину)
16.	Berliner Blau	берлінська лазур (фарба) перен., синці, побої
17.	Die Berliner Ecke	берлінський виступ, ріг
18.	Berliner Schnauze	берлінський діалект
19.	Die deftige Berliner Lippe	грубе, повне гумору берлінське просторіччя
20.	Berliner Ofen	велика кахельна піч, яка довго зберігає тепло
21.	Jemand hat eine Berliner	фам. хтось типовий берлінець, за

	Schnauze	словом в кишеню не лізе
22.	Berliner Weiße mit Schuss	світле берлінське пиво з добавленням малинового сиропу
23.	j-n nach Buxthebude wünschen	розм., посилати когось дуже далеко, «до дідька»
24.	In Buxthebude sein	розм. бути далеко від рідних місць; «у чорта на куличках»
25.	Chinesische Höflichkeit	китайські церемонії
26.	Das ist Chinesisch für mich	розм., це для мене китайська грамота
27.	Er sprach chinesisch für mich	його слова були мені незрозумілі
28.	Chinesische Mauer	китайський мур (нездоланна перешкода для зовнішнього впливу. За назвою стародавнього миру, що відокремлював Китай від Монголії)
29.	Aus/vom Dummsdorf/ Dummbach sein	бути обмеженою людиною
30.	Etwas ist faul im Staate Dänemark	розм., ірон. не все гаразд в Датському королівстві; щось тут негаразд. Це калька цитати з трагедії В. Шекспіра «Гамлет»
31.	Das Wasser in die Limmat/ Elbe/ Reuss / den Rhein/ ins Meer/ in den Brunnen tragen	прик. У море воду пити
32.	Bis dahin läuft noch viel Wasser in die Elbe/ den Rhein/ die Spree herunter	прис. До того часу ще багато води втече
33.	Bring eine Katze nach England, sie wird miauen	прик. І у Парижу не зроблять з вівса рижу
34.	Leben wie der liebe Gott in Frankreich	розм.. жити, як у бога за пазухою
35.	Nicht von Gebersdorf sein	бути скупим
36.	Ab nach Kassel!	«Геть звідси! Скатертю дорога!»
37.	Hier ist nicht Kostnitz/ Kostnix	тут нічого не отримаєш задарма
38.	Lethe trinken	канути в Лету
39.	In den Mond gucken/sehen	лишитися ні з чим, піймати облизня
40.	Fern von Madrid	далеко від справжніх подій
41.	Marathonverhandlungen	затяжні переговори
42.	Nürnberger Gesetze	нюнберзькі закони
43.	Es so machen wie die Frau aus Neuwied	чинити на власний розсуд
44.	Polnische Wirtschaft	безлад
45.	Jemand ist nach Rom gereist	народити дитину

46.	Es führen viele Wege nach Rom	Усі дороги ведуть до Риму; є багато можливостей досягти мети
47.	Rom hat gesprochen, die Sache ist erledigt	ірон. Рим сказав своє слово, усе вирішено остаточно
48.	Zustände wie im alten Rom	розм., ірон. «ну і порядки!»
49.	Wo der Papst ist, da ist Rom	Де папа римський, там і Рим
50.	Er war in Rom und hat den Papst nicht gesehen	Був у Римі, а папу не бачив; головного не побачив
51.	Den Papst nach Rom führen	Робити марну справу
52.	Auf dem Messer kann man nach Rom reiten	Цим ножем не різати, а цвяхи забивати
53.	In Rom tu, wie Rom tut	Між вовками по-вовчому й вий
54.	Man könnte nach Rom gehen und wieder kommen	Можна було б сходити в Рим та повернутися назад (занадто довго)
55.	Schritt füt Schritt kommt man nach Rom	крок за кроком прийдеш у Рим"
56.	Ablaß nach Rom tragen	досл. везти в Рим відпущення, робити непотрібну справу
57.	Zu Rom wird mancher betrogen	У Римі не обманюють
58.	Rom ist nicht an einem Tage erbaut	Київ не відразу збудований; ураз нічого не робиться
59.	Den Rubikon überschreiten	перейти Рубікон, зробити рішучий крок
60.	Jemandem einen Russen aufbinden	наговорити з три короби
61.	Voll wie hundert Russen sein	бути п'яним
62.	Aus Schilda stammen	бути просто філею
63.	Mit Spreewasser getauft sein	бути родом з Берліну
64.	Jemand ist nicht wert, dass ihn die Sonne bescheint	Ледар
65.	Sodom und Gomorrha	содом і гоморра; розпуста, безладдя, хаос
66.	Eine spanische Wand	ширма, перегородка
67.	Schwedische Gardien	в'язниця
68.	Von Schönhausen sein	мати не гарну зовнішність; бути негарним, потворним
69.	Alter Schwede	розм., фам. старий хитрун
70.	Das trojanische Pferd	троянський кінь, дари данайців
71.	Sein Waterloo erleben	зазнати поразки у вирішальній справі, які належать до групи міжкультурних
72.	Auf der Wartburg sitzen	чекати

Таблиця Г.1ФО з агіонімами та хронімами

1.	Was der August nicht kocht, lässt der September ungebraten	Літній день рік годує
2.	Heute ist doch nicht der 1. April	розм. Сьогодні не перше квітня мене не обдуриш
3.	j-n/einen in den April schicken	розм. обдурити кого-небудь, поглузувати з кого-небудь
4.	Der Aprilnarr	розм. обдурений з першим квітня (першого квітня)
5.	April, April der weiß nicht, was er will	присл. у нього сім п'ятниць на тиждень
6.	Launischen wie der April	мінливий, як погода в квітні
7.	Kathe wäscht, Andreas trocknet St. Andreas macht das Eis, St. Georg bricht es Andries bringt den Winter gewiss Andreas Misse kommt der Winter gewisse	досл. Катерина намочить, Андрій підсушить; Андрій льодом покриє, а Георг його розіб'є; на Андрія і зима прилетіла; (День святого Андрія — 30 листопада, День святої Катерини-Великомучениці — 25 листопада)
8.	Was der Juni beregnet, er auch segnet	(про день Івана); Вважалося, що до Іванового дня (21 червня) дощі потрібні, а після від них лише шкода
9.	Lang wie ein Johannistag	розм. довгий як Іванів день (24 червня)
10.	St. Klemens uns Winter bringt	23 листопада, день святого Клементя, символізує початок зими
11.	Lichtmess in Klee, Ostern im Schnee	Вважалося, що перші ознаки весни з'являються вже на стрітень - ліхтмесс (Maria Lichtmess), 2 лютого. В цей день селяни починати готуватися до весняно-польових робіт. Перевагу на стрітень надавали холодній погоді. Вважалося, що краще побачити вовка, ніж сонце
12.	Arm wie Lazarus	бідний як Лазар
13.	Bei ihm ist (es) Matthäi am letzten	розм. у нього в кишені пусто, закінчилися гроші.
14.	Das ist Matthäi am letzten	розм. це крайній термін
15.	Mit ihm ist (es) Matthäi am letzten	розм. його справи (погані, він недовго протягне, він доживає останні дні)

16.	Der Martin kommt auf dem Schlitten geritten	про сніг у листопаді
17.	Martin wirft mit Nüssen	Про сильний вітер у листопаді, який зриває з дерев горіхи
18.	Mai kühl und naß, füllt der Bauer Scheuer und Fass	прик. Травень холодний - рік хліборобний
19.	Der Blaue Montag	Спочатку йшлося про останній масничний понеділок перед великим постом, який був вихідним днем. В цей день католики прикрашали вівтар блакитною тканиною. - Згодом традиція неробочого «вихідного понеділка» набула нового тлумачення у зв'язку з цеховою діяльністю. Понеділок був традиційним днем для усіх цехових зборів, і, коли постало питання надання робітникам додаткового вихідного дня, то вибір припав на понеділок
20.	Blauen Montag machen/halten	В сучасній німецькій мові в іронічному значенні вживається фразеологізм який має значення «прогулювати, не виходити на роботу (після свят, після неділі)»
21.	Wie eins im Mai	розм.. «як в розквіті років»
22.	Am 17. Mai geboren sein	бути гомосексуалістом
23.	Ich haue die runter, dass du denkst, Ostern und Pfingsten fallen auf einen Tag!	розм. Я тебе так трісну, що ти світу білого не побачиш.
24.	Petrus meint's gut (mit uns)	розм.. погода гарна, погода сприяє нам
25.	Peter lässt Wasser	розм.. йде дощ
26.	Die Schlüssel Petri suchen	сподіватися на хорошу погоду
27.	Petrijünger sein	бути завзятим рибалкою
28.	Bei Petrus anklopfen	евф. померти
29.	St. Petri Stuhl den Frühling winkt	цей день вказує на наближення весни
30.	Geschmückt sein wie ein Pfingstochse	розм.. бути одягнутим без смаку
31.	Zu Pfingsten auf dem Eis	прик. як рак на горі свисне
32.	Der silberne Sonntag	передостання неділя перед Різдвом, неділя третього адвента
33.	Der goldene Sonntag	остання неділя перед Різдвом,

		неділя третього адвента
34.	Kupferner Sonntag	третя неділя перед Різдвом, неділя другого адвента
35.	Palmsonntag	Вербна Неділя
36.	Der weiße Sonntag	«Неділя після Пасхи» (в цей день відбувалася конфірмація і дівчата вперше одягали довгі білі сукні; (пор.: рос. «фомино воскресенье»))
37.	Alle Tage ist kein Sonntag	розм.. Не все коту масляна, буде і великий піст
38.	Sich einen Sonntag machen	зробити собі свято
39.	Wie der Montag auf den Sonntag klappen	розм. йти як по маслу, вдаватися
40.	Wer den Lein säet nach vit, Geht die Saat quit, Wer ihn säet vor Medar - Ist ein Narr	Вважалося, що день святого Віта найкращий час для посіву льону та ячменю
41.	Sankt Veit ändert sich die Zeit, und die Blätter wenden sich auf die andere Seit	День святого Віта вважається зміною пори року
42.	Bei Sankt Veiten!	Сто чортів!
43.	Dass dich Sankt Velten ankomme!	Дідько б тебе побрав!
44.	Über Weinacht kein Fest, über des Adlers kein Nest	присл. немає свята, більшого, ніж Різдво, як немає гнізда, вищого, ніж у орла.
45.	Weiße Weinachten	біле Різдво (говорять, коли на Різдво випадає сніг)
46.	Grüne Weinachten	розм. зелене Різдво (говорять, коли на Різдво немає снігу)
47.	Sich freuen wie ein Kind auf Weinachten	дуже радіти чому-небудь
48.	Deine Sorgen wünsche ich dir zu Weinachten	розм. твої хвилювання нічого не варті
49.	Lieber zehn (fünf) Jahre nicht zu Weinachten	Мені це не потрібно!
50.	Grüne Weinachten, weiße Ostern	безсніжне Різдво: пізня зима - пізня весна
51.	Wer im Heu nicht gabelt, in der Ernte nicht zappelt, im Herbst nicht früh aufsteht, seh zu, wie im Winter geht	хто рік працює, той рік не голодує
52.	Der Sommer sorgt für den Winter, und der Winter für den Sommer	літо дбає про зиму, як зима про літо

Таблиця Д.1 ФО з ергонімами

1.	Volksbank Mittelhessen	Volksbank Mittelhessen
2.	Wüstenrot Bank	Wüstenrot Bank
3.	Kreissparkasse Heilbronn	Kreissparkasse Heilbronn
4.	Kreissparkasse Waiblingen	Kreissparkasse Waiblingen
5.	Frankfurter Sparkasse	Frankfurter Sparkasse
6.	Landesbank BadenWürttemberg	
7.	Berliner Volksbank	Берлінський народний банк
8.	Norddeutsche Landesbank	Північнонімецький Земельний Банк
9.	Westfälische Landschaft Bodenkreditbank	Кредитний банк «Westfälische Landschaft»
10.	Sächsische Aufbaubank	Саксонський будівельний банк
11.	Düsseldorfer Hypothekenbank	Іпотечний банк Дюссельдорфера
12.	Hypothekenbank Frankfurt	Іпотечний банк «Франкфурт»
13.	Investitionsbank Schleswig- Holstein	Інвестиційний банк «Schleswig- Holstein»
14.	Wüstenrot Bausparkasse	Wüstenrot Bausparkasse
15.	BMW Bank	Банк «BMW»
16.	Toyota Kreditbank	Кредитний банк «Toyota»
17.	Deutsche "Girozentrale Deutsche Kommunalbank"	Німецький «Girozentrale Deutsche Kommunalbank»

18.	"Spätzle & Knödel"	«Лапша и пельмени»
19.	"Schneeweiß"	«Шнивайс»
20.	"Schweighofer's"	«Швайгхефер»
21.	"Schöneberger Weltlaterne"	«Шенебергер»
22.	"Knofel"	«Кнефель»
23.	"Zum Arabischen Coffe Baum"	(«У арабского кофейного дерева»)
24.	"Slow Time Das Zeitcafé"	«Кафе замедленного времени»
25.	"Unsichtbar"	«Кафе-невидимка»
26.	"Sherlock"	«Шерлок»
27.	"Schnurrke"	«Мурлика»
28.	Sauvage	«Саваж»
29.	Baggers	«Баггери»
30.	Bollesje	«Болез'є»
31.	Felix Böttcher	Felix Böttcher
32.	FireGL	FireGL
33.	Flottweg	Flottweg
34.	Fulda Reifen	Fulda Reifen
35.	Glashütte Original	Glashütte Original
36.	Phoenix Contact	Phoenix Contact
37.	Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	ліцензійно-торгова компанія і корпорація Porsche
38.	Rehau	Rehau
39.	Rheinmetall	Rheinmetall
40.	Rodenstock GmbH	Rodenstock GmbH

41.	Rollei	Rollei
42.	Bauer Media Group	Bauer Media Group
43.	BAE Batterien	BAE Batterien
44.	Butlers	Butlers
45.	BonVenture	BonVenture
46.	Dialogue Social Enterprise	Dialogue Social Enterprise
47.	Drägerwerk	Drägerwerk
48.	DriveNow	DriveNow
49.	Diamant Fahrradwerke	Diamant Fahrradwerke
50.	"Zillemarkt"	«Цільмаркт»
51.	"Lorenz Adlon Esszimmer"	«Столова Лоренц Адлон»
52.	"Vivaldi"	«Вівальді»
53.	"Nante-Eck"	«Нанте-Ек»
54.	"Zur letzten Instanz"	«До останньої інстанції»
55.	"Uma"	«Ума»
56.	"Mani"	«Мані» Mani
57.	"Atelier"	«Ательє»
58.	"Lafleur"	«Лафльор»
59.	"Horváth"	«Хорват»
60.	"Restaurant Bareiss"	«Ресторан Барейс»
61.	"Schwarzwaldstube"	«Чорний ліс»
62.	"Restaurant Überfahrt"	«Ресторан переїзд»

63.	"The Table"	«Стіл»
64.	"La Vie"	«Ла Ві»
65.	"Aqua"	«Аква»
66.	"Vendôme"	«Вендоме»
67.	"Waldhotel Sonnora"	«У Сонори»
68.	"Victor's Fine Dining"	«Вишукана столова Віктора»
69.	"GästeHaus Klaus Erfort"	«Гостьовий дім Клауса Ерфорта»

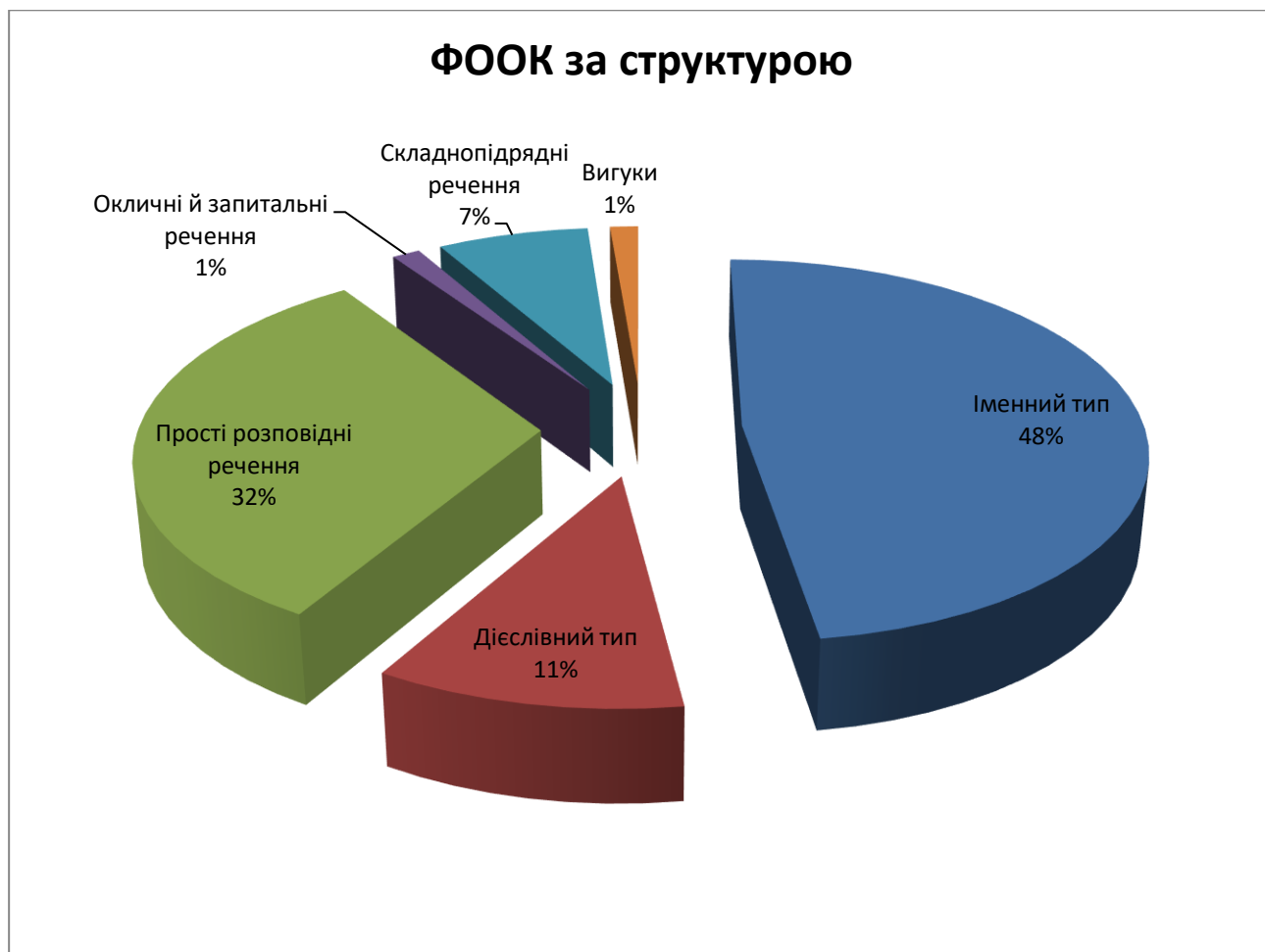


Рисунок Е.1

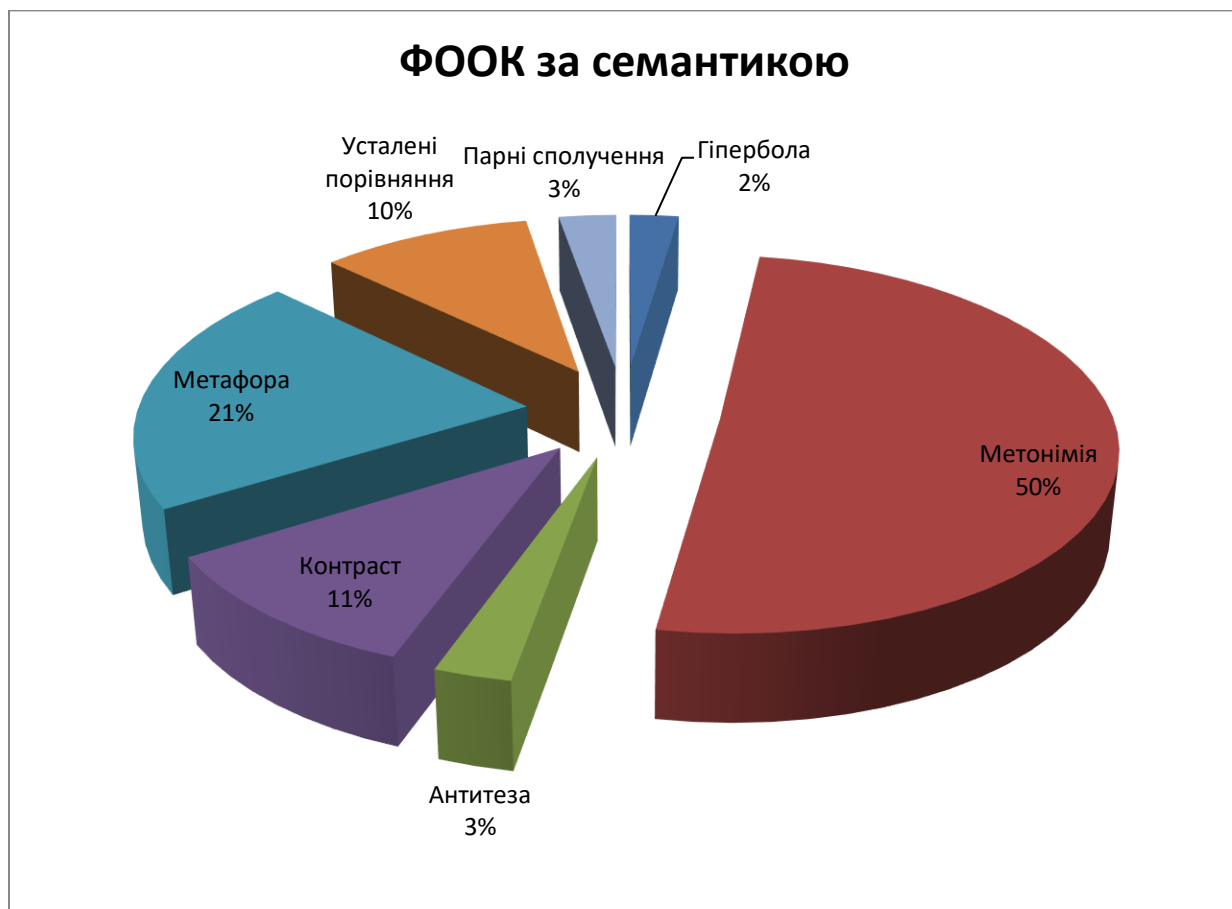


Рисунок Ж.1